

Gefördert von



SONDIERUNGSSTUDIE DES UMWELTBUNDESAMTES

Impact-Journalismus und zielgenaues Storytelling für gesellschaftlichen Wandel

Joachim Borner, Manfred Ronzheimer

Berlin, November 2019

1 Impressum

Herausgeber

KMGNE – Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung gGmbH
Reichenberger Straße 150
10999 Berlin

Telefon: +49 (0)30 29 367 940

E-Mail: info@kmgne.de

www.kmgne.de

Redaktion

Anke Oxenfarth, Joachim Borner

Inhaltsverzeichnis

1	IMPRESSUM.....	2
2	EINLEITUNG.....	6
3	METHODIK.....	9
4	NEUAUSRICHTUNG DES JOURNALISMUS IM KONTEXT VON NACHHALTIGER ENTWICKLUNG UND GROßER TRANSFORMATION.....	10
4.1	BEDARFE NACH KOMMUNIKATIVER WIRKUNG.....	10
4.2	ANFORDERUNGEN AN TRANSFORMATIONEN IM JOURNALISMUS.....	14
4.3	DIE DEBATTE UM EINEN IMPACT-JOURNALISMUS.....	15
4.4	HERAUSFORDERUNGEN JOURNALISTISCHEN ARBEITENS IM RAHMEN NACHHALTIGER ENTWICKLUNG.....	17
4.5	KONZEPTUELLER RAHMEN EINES IMPACT-JOURNALISMUS	20
4.5.1	GRUNDSÄTZLICHE ANNAHMEN.....	20
4.5.2	DIE UNTERSCHIEDUNG ZWISCHEN KONSTRUKTIVEM UND IMPACT-JOURNALISMUS.....	22
4.5.3	KONSTRUKTIVER JOURNALISMUS ODER SOLUTION JOURNALISMUS:.....	23
4.5.4	IMPACT-JOURNALISMUS.....	24
4.6	GESTALTUNGSRÄUME ERSCHLIEßEN UND KOMMUNIZIEREN.....	26
4.7	(AUCH) REGIONALE UND LOKALE AUSRICHTUNG.....	26
4.8	KURATIERUNG.....	26
4.9	HALTUNGSJOURNALISMUS UND TRANSPARENZ	27
4.10	BEZIEHUNG ZU BÜRGERJOURNALISMUS	28
4.11	CROSSMEDIALE BERICHTERSTATTUNG.....	28
4.12	FACHKOMPETENZ FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG UND GROßE TRANSFORMATION.....	28
4.13	GEDANKENSPIELE ZUR OPERATIONALISIERUNG IMPACT-JOURNALISTISCHEN ARBEITENS.....	29
4.13.1	GEDANKENSPIEL 1	29
4.13.2	GEDANKENSPIEL 2	30

4.13.3	GEDANKENSPIEL 3	30
4.13.4	GEDANKENSPIEL 4	31
4.14	ARBEITSWEISE DER INSTITUTIONEN.....	32
4.15	INFRASTRUKTUR	32
4.16	ABSCHLIEßENDE REFLEXION.....	33
5	DAS POTENZIAL VON NARRATIONEN IM IMPACT-JOURNALISMUS.....	35
5.1	ZUM VERSTÄNDNIS VON NARRATIONEN IN DER NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION.....	35
5.2	NARRATIVE KOMMUNIKATIONSANSÄTZE UND -FORMATE, DIE FÜR IMPACT-JOURNALISMUS GEEIGNET SIND – ERZÄHLLINIEN.....	37
5.3	TRANSFORMATIVE LITERACY	40
5.4	AKTIVIERENDE FUNKTION DES IMPACT-JOURNALISMUS.....	41
5.5	WAS MEINT DAS SUBSTANTIV NARRATIV	42
5.6	WAS WÄRE WICHTIG.....	43
5.6.1	ANTEIL NEHMEN AN NACHHALTIGER ENTWICKLUNG	44
5.6.2	PROZESSE UND HERAUSFORDERUNGEN.....	44
5.7	BILDUNGS- UND KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHE ABGRENZUNG VON FRAMES UND NARRATIVEN.....	46
5.8	ZWEI SEITEN VON NACHHALTIGKEITSNARRATIVEN	50
5.9	ERZÄHLEN IM IMPACT-JOURNALISMUS	51
5.9.1	WARUM FIKTIONALE ZUKUNFTSERZÄHLUNGEN?.....	53
5.9.2	ERZÄHLUNGEN AUS DER ZUKUNFT	54
5.10	TRENDS JOURNALISTISCHEN ERZÄHLENS.....	56
5.10.1	TREND 1: NEUE FUNKTIONEN.....	56
5.10.2	TREND 2: DATENJOURNALISMUS	56
5.10.3	TREND 3: GRENZEN VERSCHWIMMEN.....	57
5.10.4	TREND 4: NUTZER*INNEN INVOLVIEREN.	57

5.10.5	TREND 5: ECHTZEIT-EPISODEN BÜNDELN HIN ZUR METAERZÄHLUNG	58
5.10.6	TREND 6: TRANSMEDIALES, SERIELLES UND MULTIPERSPEKTIVISCHES ERZÄHLEN.....	59
5.10.7	TREND 7: (WEITER)BILDUNG FÜR ERZÄHLERISCHE FORMATE	59
5.11	STRUKTURELLE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR WIRKUNG DIESER NEUEN JOURNALISTISCHEN KOMPETENZEN	61
6	ANLAGEN	62
6.1	ANLAGE 1 - JOURNALISTISCHE SUCHPROZESSE INMITTEN DER „GROßEN GESELLSCHAFTLICHEN HERAUSFORDERUNGEN“	62
6.1.1	JOURNALISTISCHE PROZESS- UND KONTEXTBETRACHTUNG VON TRANSFORMATIONEN.....	62
6.1.2	ERPROBUNGSRÄUME UND -INITIATIVEN	62
6.1.3	NETZWERKE UND ALLIANZEN	65
6.1.4	PARTIZIPATIVER JOURNALISMUS / BÜRGERJOURNALISMUS	66
6.2	ANLAGE 2 GUTE PRAXIS BEISPIELE - BEISPIELE FÜR TRANSFORMATIONSERZÄHLUNGEN UND JOURNALISMUS.....	70
6.2.1	SELBSTERFAHRUNGSREPORTAGEN.....	70
6.2.2	KONSTRUKTIVER JOURNALISMUS	71
6.2.3	SAMMLUNGEN VON KONSTRUKTIVEN, JOURNALISTISCHEN ARTIKELN UND VON GUTEN NEUIGKEITEN	71
6.2.4	NARRATIVE ERZÄHLFORMEN	71
6.2.5	INTERNETSEITEN, DIE SICH MIT UMWELT-, KLIMA- UND NACHHALTIGKEITSTHEMEN BEFASSEN. TEILWEISE AUCH PRINTMEDIEN MIT GROßEM, KOSTENLOSEM ONLINE-ANGEBOT.	72
6.2.6	LIFESTYLE-FORMATE.....	73
6.2.7	GEZIELTE NUTZUNG MEDIALER MÖGLICHKEITEN ZUR ÜBERMITTLUNG VON BOTSCHAFTEN.....	73
6.2.8	VERWENDUNG VON VIDEOBLOGS	74
6.3	ANLAGE 3 - LERNORTE UND LERNARRANGEMENTS, IN DENEN DAS KREATIVE ERZÄHLEN GEÜBT WIRD –	75
6.3.1	WORKSHOPS UND SEMINARE FÜR KINDER UND JUGENDLICHE.....	75
6.3.2	WORKSHOPS, SEMINARE UND WEITERBILDUNGEN FÜR ERWACHSENE	78

2 Einleitung

In relevanten Umweltbereichen nehmen die Gefährdungen zu, namentlich beim Klimawandel und beim Erhalt der Artenvielfalt. Das Wissen über ihre Ursachen – produziert in einer Vielzahl von Forschungseinrichtungen – ist in weiten Teilen der Gesellschaft vorhanden, ebenso fundierte wissensbasierte Vorschläge zur Erreichung der international und national vereinbarten Ziele, durch die die Probleme verringert bzw. gelöst werden können. Der Flaschenhals ist der Übergang vom Wissen zum Handeln. „Es ist, als hätte es all die Konferenzen, Studien, Vorträge und Unterrichtsstunden nie gegeben. Vielleicht ist dies das Thema für uns Journalisten. Vielleicht sollten wir nicht zum tausendsten Mal den Klimawandel beschreiben, sondern diese Frage stellen: Wie kann es sein, dass die Menschen alles über die Erderwärmung wissen und dennoch ihr Verhalten nicht ändern?“¹

Die gesellschaftliche Information über Umweltprobleme werden über die Medien vermittelt – im Wesentlichen noch immer über Katastrophenberichtserstattung, weil dann der Aufmerksamkeitsgrad hoch ist. Trotz einiger positiver Ausnahmen und Vorreiterprojekte, die kurzzeitig im Rampenlicht stehen, ist die Berichterstattung über schleichende wie auch globale Umweltveränderungen ebenso wie die Information über positive, auch individuell realisierbare Lösungsansätze nicht flächendeckend im medialen Mainstream angekommen. Wie in einem Sieb mit falscher Maschengröße bleiben nur Katastrophen, detailverliebte, quantitative Studien hängen. „Tendenzen der Hysterisierung, der Egalisierung, der Skandalisierung, der Kommentierung und Moralisierung in den Medien [führen dazu, dass in ihnen] gut recherchierte Berichterstattung und Tiefgründigkeit ins Hintertreffen geraten.“² Es stellt sich die Frage, ob das Sieb mit seinen Wahrnehmungskanälen (den Maschen) wie eine Blackbox zu verstehen ist, oder ob sein Problem nicht schon in dem journalistischen aber auch dem wissenschaftskommunikativen Selbstverständnis von „informieren“ steckt.

Das *Institut futur* hat in einer quantitativen Studie des nationalen Monitorings der Bildung für nachhaltige Entwicklung ermittelt, dass 75 Prozent der Jugendlichen pessimistisch und desillusioniert sind, dass die Gesellschaft fähig ist, die großen Herausforderungen zu lösen. Ihrer Einschätzung nach ist die Diskrepanz zwischen wünschenswerter Zukunft und wahrscheinlicher Zukunft sehr groß.³ Offensichtlich sind es gerade Wissen und Informationen sowohl über die „großen Beschleunigungen“ bei den Umweltbelastungen als auch über das nicht adäquate politische und wirtschaftliche Handeln, die die Hoffnungslosigkeit wachsen lassen.

Die vorliegende Sondierungsstudie widmet sich Ansätzen und Diskussionen zu spezifischen Umbrüchen journalistischen Arbeitens im Feld von Umwelt, Nachhaltiger Entwicklung und

¹ Henk, Malte, Uchatius, Wolfgang, Morgen vielleicht. DIE ZEIT Nr. 23/2015 <https://www.zeit.de/2015/23/klimawandel-diskussion-co2-emissionen>

² Meyer-Guckel, Volker, Eine neue Kultur der Wissenschaftskommunikation. Veröffentlicht am 27.5.2019 <https://merton-magazin.de/eine-neue-kultur-der-wissenschaftskommunikation>

³ https://www.ewi-psy.fu-berlin.de/einrichtungen/weitere/institut/futur/aktuelles/dateien/executive_summary_junge_menschen.pdf; <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/3/893>

Großer Transformation⁴, die innerhalb größerer und umfangreicherer Veränderungen im Mediensystem stattfinden. Sie hat nicht den Auftrag, ein Konzept für ein impact-journalistisches Modell zu entwerfen, erläutert diesen Ansatz jedoch und ordnet ihn ein.

Die Ausgangsfrage ist: Braucht es nicht neue und/oder andere journalistische Formen, um der Transformation zu nachhaltiger Entwicklung einen Platz in der öffentlichen Diskussion und Auseinandersetzung zu gewährleisten, der den Problemlagen adäquat begegnet und politisches, wissenschaftliches und wirtschaftliches Handeln auslöst. Diese andere Form benennen wir mit dem Begriff Impact-Journalismus (Arbeitstitel). In die Sondierung eingeschlossen ist die Recherche und Analyse der Vielzahl von journalistischen Initiativen, die bereits in unterschiedlicher Weise auf die Notwendigkeit der Veränderung reagieren.

Der Anlass über Impact-Journalismus im Kontext der Großen Transformation zu diskutieren, liegt in der Wahrnehmung, dass die bisherige journalistische Arbeit wenig Wirkung jenseits des reinen Nachrichtenwertes erzeugt. Hinsichtlich der großen Herausforderungen, in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft stößt der Journalismus merklich nichts oder jedenfalls zu wenig an und verhilft den vollmundig deklamierten Wenden aller Art in der Praxis somit kaum zu Aufwind. Vor dem kurzen zeitlichen Handlungsfenster von nicht einmal einer Generation und der Radikalität und Geschwindigkeit, mit der diese „Großen Gesellschaftlichen Herausforderungen“⁵ auf Staaten und Regionen treffen, steht journalistische Kommunikation selbst vor ihrer großen Herausforderung innerhalb der existenziellen Transformationsaufforderung. Es geht also nicht um Journalismus, sondern um journalistisches Arbeiten in einem Epochenbruch, der durch den Wechsel des erdgeschichtlichen Zeitalters hin zum Anthropozän charakterisiert ist.

Diese Studie vertritt die These, dass die journalistischen Medien und ihre Macher*innen mehr für eine adäquate, proaktive Reaktion auf die globalen Umweltprobleme tun könnten, allerdings nicht in ihrer heutigen Verfasstheit. Der mediale Beitrag für die unterschiedlichen Wende-Arenen der Großen Transformation verlangt eine Transformation des Mediensystems selbst. Zusätzlich getrieben durch die Digitalisierung hat diese Transformation längst begonnen. In einer Literaturrecherche und einem Expert*innenworkshop wurde untersucht, welche neuen Zielorientierungen und Anpassungen der Berufsethik ein solcher „transformativer Journalismus“ im digitalen Zeitalter entwickeln müsste und wo es bereits erste Ansätze

⁴ Der Begriff und das Konzept der „Großen Transformation“ wurde vom WBGU in seinem Bericht „Welt im Wandel – Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation“ begründet. Er diskutiert die Notwendigkeit postfossilen Wirtschaftens und zeigt in 10 Handlungsfeldern die Machbarkeit der Wende zur Nachhaltigkeit. <https://www.wbgu.de/de/publikationen/publikation/welt-im-wandel-gesellschaftsvertrag-fuer-eine-grosse-transformation#sektion-downloads>

Der Begriff ist Polanyis Studie zur Entstehung des Kapitalismus entliehen. Karl Polanyi: *The Great Transformation*. 1. Ausgabe 1957. (11. Ausgabe 1971, Beacon Press und Rinehart & Company)

⁵ Wissenschaftsrat, Zum wissenschaftspolitischen Diskurs über "Große Gesellschaftliche Herausforderungen". Der unscharf verwendete Begriff der „Großen Herausforderungen“ wird durch *formale* (hohe Komplexität, Vernetzt sein, Zielpluralität, Unschärfe) und *inhaltliche Kriterien* (globale und transnationale Verortung, soziale Innovationen neben Produkt- und Prozessinnovationen, umfassender Begriff des Gemeinwohls, gleichzeitiges Gefordert sein von Natur-, Ingenieurs-, Lebens- und Sozial- und Kultur- incl. der normativen Wissenschaften), über die sich „Große gesellschaftliche Herausforderungen“ kennzeichnen lassen, charakterisiert. http://www.wissenschaftsrat.de/presse/pressemitteilungen/2015/nummer_09_vom_27_april_2015.html

praktischer Realisierung gibt. Dabei spielen, neben der faktenbasierten Berichterstattung in den Medien (Fact News) in Zeiten von Fake News, auch narrative Formate eine Rolle, die inner- und außerhalb des Mediensystems große, dauerhafte Erzählungen transportieren, die Gesellschaften Orientierung geben.

Was und wie kann Journalismus dazu beitragen, dass das Narrativ nachhaltiger Entwicklung ein dominantes Narrativ in gesellschaftlichen Fortschrittsprozessen wird? Wohlwissend, dass dies die wissenschaftliche Basis vielzähliger Studien und ebenso vielfältiger politischer Akklamationen und Vereinbarungen in den letzten 20 Jahren nicht zu leisten in der Lage war. Die Große Beschleunigung („Great Acceleration“)⁶ hält unvermindert an und steuert auf ökologische und soziale Kippunkte zu.

Welche sind die „Hebelpunkte“⁷, die diesen paradigmatischen kulturellen Wandel einleiten und gesellschaftliche und politische Mehrheiten mobilisieren können, um die Pfade der Beschleunigung auf ein menschliches Maß zu reduzieren, eigentlich zu re(trans)formieren? Der Wissenschaftsjournalist und Mitgründer des Medienkombinats „Riffreporter“ Christian Schwägerl hält, angesichts anstehender umweltpolitischer Wegegabelungen, die nächsten Monate bis 2020 entscheidend für die Zukunft der Erde. In diesem Zeitfenster müssten problemadäquates Handeln auf der politischen Ebene, aber auch in der gesellschaftlichen Debatte darüber eingeleitet sein.⁸

Wenn nun auf den Journalismus gezeigt wird bzw. sich Journalist*innen melden, dass sie dieser Hebelpunkt sein könnten, ist die dahinterliegende Frage unter anderem, wie sich wissenschaftliches Wissen besser, wirkungsvoller und handlungsauslösender durch journalistische Professionalität aufbereiten und verbreiten lässt. Ein besonderer Akzent wird auf die Entwicklung eines neuen, wirkungsauslösenden Elements eines transformativen Journalismus gelegt: seiner Impact-Orientierung. Berichte und Geschichten, die wichtiges Nachhaltigkeitswissen medial vermitteln, müssen unter den verschärften Bedingungen des sogenannten Information Overload, von Fake News und informellen wie mentalen Echo-Kammern in neuer Weise an die Nutzer*innen und Leser*innen herangetragen werden. Für einen solchen Impact-Journalismus liegen noch keine Erfahrungen vor, weshalb ein Grundkonzept für seine Erprobung in einem Reallabor zu entwickeln wäre.

Unsere Arbeitsthese: Impact Journalismus ist ein resonanzorientiertes Einbringen von transformativem Wissen in Politikprozesse, Akteurskonstellationen und -logiken, durch die politische, wissenschaftliche, ökonomische und zivilgesellschaftliche Gestaltung und Rahmensetzung von Transformationspfaden erfolgt. Entsprechend des Konzepts der

⁶ Zurzeit werden in New York die accelerated actions beraten und beschlossen – was späte politische Reaktionen auf eine Entwicklung bedeutet, die seit den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts zu sehen ist.

⁷ Den Ausdruck Hebelpunkte entnehme ich dem Aufsatz Donella Meadows, 1999: Leverage points: Places to intervene in a system. Hartland: The Sustainability Institute

⁸ Christian Schwägerl, Klima und Artenvielfalt: Countdown zum Superjahr 2020 - Warum die nächsten Monate entscheidend für die Zukunft der Erde sind. <https://www.riffreporter.de/flugbegleiter-koralle/umwelt-superjahr-2020/>

produktiven Interaktion⁹ oder anderer Formate der produktiven Kontroverse werden nach Maßgabe der Kriterien des Qualitätsjournalismus die wissensbasierten Vorschläge adressatenbezogen in politische, wissenschaftliche und wirtschaftliche Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse eingebracht. Und zugleich geht es um ein iteratives Wirken auf Muster gesellschaftlicher Problemwahrnehmungen und deren Deutungen sowie auf gesellschaftliche Narrative. Und es geht um die aktive Begleitung von nötigen Veränderungen der Weltsicht, sogenannten "mindshifts", in Transformationsprozessen vor allem durch mediale Resonanz.¹⁰

3 Methodik

Diese Studie hat ihre empirische Basis in der Recherche zu verschiedenen neuen journalistischen Ansätzen, die im Kontext nachhaltiger Entwicklung stehen. Die Ergebnisse beruhen auf,

- dem Symposium am 10.12.2018 mit Expert*innen aus den Bereichen Journalismus, transformativer Forschung und partizipativer Implementierung von nachhaltigen Transformationsmaßnahmen¹¹,
- Interviews mit Expert*innen aus den Bereichen Journalismus und transformativer Forschung¹²
- und in der Beteiligung an Expert*innengesprächen, wie dem zweiten Gipfel zum Konstruktiven Journalismus (18.-19.10.2018)
- und dem Workshop „Wieviel Aktionismus darf Journalismus?“ (02.02.2019)

Beachtet werden zudem die Diskussionen der folgenden drei Konferenzen:

- in Schwanenwerder¹³,
- der Konferenz N1 zu Narrationen in der Kommunikation nachhaltiger Entwicklung in Berlin¹⁴
- und der Darmstädter-Konferenz „Narrationen der Nachhaltigkeit“¹⁵

Wir sondieren dabei sowohl den Stand der gegenwärtigen Diskussion als auch die potenziellen Merkmale des Impact-Journalismus und seiner Operationalisierbarkeit. Unsere Sondierung

⁹ Spaapen, J., L. van Drooge.2011. Introducing „productive interactions“ in social impact assesment. Research Evaluation 20/3: 211-218.

¹⁰ Göpel, M.2016. The great mindshift: How a new economic paradigm and sustainability transformations go hand in hand. Heidelberg, Springer.

¹¹ Die Audiodokumentation findet sich in der Anlage. Teilnehmende waren: Christina Carnier (IASS), Martina Edin (Naturvisionsfestival), David Donschen (Journalist), Marta Otwinowski (Klimafakten), Torsten Sewing (Weitblick), Dana Giesecke (Futurzwei), Friedrich Melzer (Futurzwei), Torsten Schäfer (HS Darmstadt), Claus Reitan (Journalist), Martina Eick (UBA), Manuel Rivera (IASS), Joachim Borner (KMGNE), Manfred Ronzheimer (Journalist), Martina Zienert (KMGNE), Luise Luckow (KMGNE).

¹² Michael Gleich (Journalist), Ranty Islam (Medienwissenschaftler), Daniel Fischer (Pädagoge und Journalist), Torsten Schäfer (Wissenschaftler und Journalist), Jörg Altekurse (Journalist), Claus Reitan (Journalist), Christina Carnier (Wissenschaftlerin), Anne Kraft (Wissenschaftlerin)

¹³ <https://www.eaberlin.de/nachlese/chronologisch-nach-jahren/2017/tagung-grosse-transformation-und-die-medien/dokumentation-grosse-transformation-und-die-medien.pdf>

¹⁴ <https://lernen-durch-erzaehlungen.org/>

¹⁵ <https://www.schader-stiftung.de/veranstaltungen/aktuell/artikel/narrationen-der-nachhaltigkeit/>

macht den weiteren Forschungsbedarf, gerade auch hinsichtlich der Realisierung und Praktikabilität im journalistischen Berufsalltag deutlich.

4 Neuausrichtung des Journalismus im Kontext von Nachhaltiger Entwicklung und Großer Transformation

Neben den jahrzehntelangen Diskussionen und Initiativen innerhalb des Journalismus, die sich teils aus neuen Anforderungen einer sich verändernden Medienlandschaft, teils aus selbstkritischer Reflexion journalistischen Selbstverständnisses ableiteten¹⁶, hat in den letzten Jahren ein neuer Diskurs begonnen. Dieser Diskurs bezieht sich auf die disruptiven Veränderungen und ihrer soziokulturellen Folgen, die durch die „große Beschleunigung“¹⁷ und Eingriffstiefe menschlicher Aktivitäten¹⁸ ausgelöst werden. Und weiterführend auch darauf, wie sich durch Kommunikation, durch journalistische Vermittlung wissenschaftlicher Systembeschreibungen (Klima, Artenvielfalt und Ökosysteme, Meere, Stoffkreisläufe etc.) und erwartbarer Zukünfte die passenden und wirksamen politischen, wirtschaftlichen, individuellen Handlungsstrategien auslösen lassen. Neben dem neuen Komplexitätsgrad und der hohen Vernetzung der ablaufenden Veränderungsprozesse und der zunehmenden Wirkung des „terrestrischen Moments“¹⁹ ist es vor allem das äußerst knappe Zeitfenster, in dem noch proaktive Handlungsmöglichkeiten bestehen, das die Frage auslöst: Ist journalistisches Arbeiten in diesem Kontext in der Lage, wissenschaftsbasiertes Handeln als gesellschaftliche Metamorphose oder kulturellen Wandel wesentlich zu kuratieren, zu entdramatisieren oder gar zu entdämonisieren?

4.1 Bedarfe nach kommunikativer Wirkung

Dieser Diskurs findet auf zwei Ebenen statt. Einmal im Feld derer, die im „grünen Journalismus“, Umweltjournalismus oder im Bereich der „Klimawandelkommunikation“ (wie z.B. „Klimafakten“²⁰) arbeiten. Am 31.1.2019 stellt die *taz* folgende Fragen:

*„Darf Journalismus von Aktivist*innen gemacht werden? Dürfen Journalist*innen nur beobachten und beschreiben, oder darf Journalismus Position beziehen, gar parteiisch sein?“*

*Es sind bewegende Zeiten für Aktivist*innen und Journalist*innen – im letzten Jahr wurde der Hambacher Forst geräumt [...]. Journalismus ist in unserer demokratischen Gesellschaft als Medium zur öffentlichen Meinungsbildung nicht mehr wegzudenken. Gleichzeitig tragen Medien auch zur Bildung von Normen,*

¹⁶ Siehe Anlage 1

¹⁷ https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKEwii1azs4L7kAhXF-6QKHdV8AgMQFjAEegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fwww.bpb.de%2Fsystem%2Ffiles%2Fdokument_pdf%2FArbeitsbla%25CC%2588tter_Great_Acceleration_Bpb.pdf&usg=AOvVaw0_Ooco_cogXgt0cyssAvl1

¹⁸ Hier verschränken sich Transformationsprozesse nachhaltiger Entwicklung mit Prozessen und Wirkungen der Globalisierung und der Digitalisierung.

¹⁹ Latour, B. 2018. Das terrestrische Manifest. Berlin: Suhrkamp.

²⁰ <https://www.klimafakten.de/>

Ideologien, Gewohnheiten bei. Die Wissenschaft meint: diese Faktoren müssen sich grundlegend ändern, um die Klimakrise zu bewältigen. Sollte oder muss kritischer Journalismus dazu beitragen?“

Und Sonja Peteranderl schreibt nur wenige Wochen früher:

„Medienorganisationen weltweit machen sich zunehmend Gedanken, wie sie jenseits von Quoten, Klicks und Marktanteilen auch „Impact“ entfalten – wie also ihre Veröffentlichungen gesellschaftliche Veränderungen bewirken können.“²¹

Beide Zitate hinterfragen das Selbstverständnis von Journalismus, der einerseits in besonderer Weise die Nachhaltigkeits- und Transformationskommunikation und die Veränderungsprozesse selbst, sowie die Rolle von Journalist*innen adressiert und diese Rollenveränderung an ein verändertes Verantwortungsverständnis knüpft. Letzteres leitet sich aus den zunehmend spürbaren Disruptionen und den sich darin abzeichnenden existenziellen Gefährdungen der Menschheit ab.²²

Andererseits nimmt laut neurowissenschaftlicher Erkenntnisse die Sensibilität gegenüber den Folgen journalistischer Berichterstattung zu. Dass wir Menschen uns unsere Welt konstruieren, und zwar aus unserem jeweiligen persönlichen Welt- und Menschenbild heraus, beschreibt schon das Thomas-Theorem.²³ Die Neurowissenschaften entdeckten vor wenigen Jahren, dass in den sogenannten Selbst-Netzwerken des menschlichen Gehirns die Glaubenssätze darüber abgespeichert sind, was wir zu sein glauben. Die frappierende Überraschung war wenig später, dass diese sich mit den „Wir“-Netzwerken überlappen. Letztere speichern die Überzeugungen und Werthaltungen der kulturellen Gemeinschaft ab, in der ein Mensch lebt. Und beide Netze durchdringen einander. Der Neurowissenschaftler Bauer schlussfolgert: „[...] also wir alle sehen die Welt durch die Augen der Journalisten, die sie uns darstellen. Und diese Darstellungen bilden [...] keine objektive Realität ab.“²⁴ Hinzu kommt der Mechanismus neuronaler Resonanzsysteme. Diese haben eine sozialansteckende Wirkung was bedeutet, dass Gefühle und Handlungsbereitschaften intuitiv von Menschen auf andere Menschen übertragen werden. „Worüber wir uns Gedanken machen sollten: Journalistische Darstellungen sind in hohem Maße ansteckend [...] Welches Bild erhält unsere Bevölkerung von unserem Gemeinwesen und von den in ihm tätigen Akteuren?“²⁵ Und welches von der Welt und der Zukunft?

²¹ Peteranderl, S. Die Redaktion. 16.11.2018 <http://www.journalist-magazin.de/hintergrund/wie-misst-man-journalistischen-erfolg>

²² Beispielhaft hier: Schächtele, K. Wir Journalisten können nicht so weitermachen wie bisher. <https://uebermedien.de/29692/wir-journalisten-koennen-nicht-so-weitermachen-wie-bisher/> Das betrifft auch das Rollenverständnis der Nachhaltigkeitswissenschaften: in ihnen „kann man gar nicht wissenschaftlich arbeiten, ohne auch politisch und gesellschaftlich Stellung zu beziehen.“ Schneider, Ch. Es macht mich traurig, wie dumm wir sind. <https://www.zeit.de/campus/2019-09/scientists-for-future-christoph-schneider-klimaschutz-aktivismus>

²³ William I. Thomas, Dorothy S. Thomas: The Child in America: Behavior Problems and Programs. Knopf 1928

²⁴ Bauer, J. Auswirkungen von Nachrichten auf Individuum und Gesellschaft. Vortrag taz akademie. Workshop Konstruktiver Journalismus. 19.-20.Oktober 2018

²⁵ ebenda

Also haben wir zwei Pole der Rollenveränderung: Zum *einen* die Zukunftsfrage als Verantwortungsthema. Zum *anderen* verstärken die Protagonist*innen Nachhaltiger Entwicklung und Großer Transformation aus Wissenschaft, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik die Suche nach lebensweltlich adäquaten Kommunikationskulturen, die der höheren Komplexitätsstufe gesellschaftlicher Metamorphosen, der neuen Weltsicht²⁶ und dem neuen Verantwortungsgefüge, nämlich einer Erd- und Langzeitverantwortung, Rechnung tragen können. Unterstützung erwarten sie in der Epoche sozialer Medien gerade auch vom Journalismus.

In dem Zeit-Artikel „Bis hierin wird das Wasser steigen“²⁷ schreibt Claus Leggewie:

„Das ist 40 Jahre her [die erste Weltklimakonferenz; Anmerk. d. V.]. Doch wusste man damals bereits im Wesentlichen, was man heute weiß. Bis ins Detail hinein finden sich Diskussionen aktueller Fragen im Genfer Konferenzbericht: wie Wettervorhersagen zuverlässiger werden könnten, [...] wie sich Kohlendioxid aus der Atmosphäre herausziehen ließe[...] Dabei lag 1979 alles auf dem Tisch, bis hin zu konkreten Ideen für gangbare Wege in eine Energie-, Industrie- und Verkehrspolitik ohne fossile Brennstoffe. Angesichts der Tatsache, dass erste Forscher bereits in den Vierziger- und Fünfzigerjahren Alarm geschlagen hatten, war das spät genug. Doch hätte man damals entschlossen gehandelt, würde der Planet heute nicht auf eine Drei-bis-Vier-Grad-Erwärmung zusteuern. Gewiss, das Schlimmste ist wohl immer noch vermeidbar. Aber während vor 40 Jahren ein einigermaßen geordneter und maßvoller Einstieg in eine nachhaltige Wirtschaft möglich gewesen wäre, bedarf es heute eines wahren Sturzflugs in die Nullemission von Treibhausgasen. Warum gelang der Wandel nicht früher? [...] Tatsächlich schaffte es das Thema nicht, sich zu behaupten.“

Leggewie beschreibt hier eindrücklich den Preis der Wirkungslosigkeit von vierzig Jahren wissenschaftlicher und journalistischer Klimakommunikation. Dass es „das Thema“ nicht schaffen konnte sich durchzusetzen, hat eine Vielzahl von Gründen, von denen einer der ist, dass die journalistische Kommunikation, neben dem Drang zu Katastrophenmeldungen, der Erklärung der Wissenschaften und ihrer Ergebnisse den Vorrang gab. Das jedoch ist ein anderer Kommunikationsmodus als der, der sich um die Vermittlerrolle für eine Verständigung zwischen Wissenschaften und Gesellschaft bemüht. Bei letzterem geht es um Verhandlung.

Innerhalb der Rahmung nachhaltiger Entwicklung und Umweltschutz sind die Debatten letztlich wissenschaftsbasiert, erhalten ihre Inhalte aus Studien und wissenschaftlichen Szenarien. Wie die jüngste Artenschutz-Konferenz und auch die klimapolitischen Strategien der Klima-Konferenzen (COPs), der Europäischen Union, der nationalstaatlichen Gesetzgebungen zeigen, bewegen wir uns – und das hat mit den komplexen, lebensweltlich

²⁶ Die neue Weltsicht meint in letzter Konsequenz das Verständnis von Welt und ihrer Funktionsweise als das des Anthropozäns.

²⁷ Leggewie, C. Bis hierin wird das Wasser steigen. Zeit-Online, erschienen am 13.2.2019
<https://www.zeit.de/2019/08/klimawandel-meteorologie-leugner-prognosen-wetterforscher-klimakonferenz>

aber sehr relevanten Fragestellungen zu tun – immer mehr in einer wissenschaftsgeprägten Gesellschaft. Politik und Gesellschaft werden wesentlich durch die Kommunikation der wissenschaftlichen Ergebnisse geprägt. Werden wissenschaftliche Argumentationen innerhalb der Politik genutzt und die sich darin ergebenden Zielkonflikte offenbart, so sind gesellschaftliche Kontroversen um Freiheit und Gemeinwohl vorprogrammiert – wie es etwa die Kontroversen zu Dieselfahrverboten vorführen. Deshalb sind gerade die Felder der Wissenschaften, die den größten politischen Einfluss haben, auch den größten politischen Attacken ausgesetzt. Da Wissenschaften weiterhin umfassende gesellschaftliche Handlungsbedarfe identifizieren, gerade weil die komplexen Nebenfolgen der großen Beschleunigung das Material dazu liefern²⁸, da wissenschaftliches Arbeiten und Kommunizieren also politischer werden, bedarf es eines veränderten Rollenverständnisses der Wissenschaften und ihrer Öffentlichkeitsmündigkeit. Und da die Vermittlung und der Transport der Ergebnisse über die Medien und deren journalistische Arbeitslogiken erfolgt, deutet sich an, dass mit der veränderten Rolle der Wissenschaften sich auch die Rolle der Journalist*innen verändert. Der blinde Fleck des Journalismus wird damit beispielsweise in der Darstellung und Kommentierung von Studienergebnissen sichtbar. Denn journalistische Outputs sollten vom Modus der Ergebnispräsentation sich von den Wissenschaften abgrenzen und auf einen kontextualisierenden Modus hinarbeiten, in dem es mehr um das „Begreifen von wissenschaftlichen Methoden geht, um den Umgang mit Irritation, um Redlichkeit, politische Bildung, Pluralismus und um Skepsisbildung. Mit anderen Worten: Wissenschaftliche Ergebnisse zu kommunizieren ist das eine. Das kann Wissenschaft eigentlich allein. Doch das ist tendenziell wirkungslos. Wirkung zu entfalten liegt nicht in der Hand der Wissenschaften – zumindest nicht in deren gegenwärtigem Selbstverständnis. Wirkung kommt über einen Vermittler, der mit eigenen Interessen die wissenschaftlichen Befunde für relevant erklärt und politische Konsequenzen ankündigt. Oder der relevante Bezüge zur heutigen und zukünftigen Lebenswelt aufmacht. Offensichtlich vermochten das die gesellschaftstragenden Medien nicht oder nur selten – die Fridays-for-Future-Bewegung dagegen schon: über sie – nicht über die Medien – bekamen und bekommen wissenschaftliche Erkenntnisse zurzeit ihre gesellschaftliche Relevanz. Um kein Missverständnis aufkommen zu lassen: Fridays for Future und ebenso wenig Impakt-Journalist*innen sind nicht die Sprachrohre der Wissenschaften. „Ich sehe, dass sie wissenschaftliche Erkenntnisse in einer anderen Form in die Debatte einbringen. Das ist eine kluge und richtige Arbeitsweise.“²⁹

Schon 2015 thematisierten Malte Henk und Wolfgang Uchatius im Artikel „Morgen vielleicht“ ein weiteres Dilemma. „Vor einigen Wochen, als wir hier bei der ZEIT über Themen für das Dossier sprachen, ließ ein Kollege mal wieder das Wort Klimawandel fallen. Eine naheliegende Idee. Der Klimawandel ist die vielleicht größte Herausforderung des modernen Menschen. Wenn es ein Thema gibt, über das wir Journalisten berichten sollten, dann dieses. Einerseits.

²⁸ Das intendiert nicht die Vision einer Szientokratie. Es beschreibt nur die Tatsache, dass eine wachsende Zahl von gesellschaftlichen, existentiellen Herausforderungen, infolge ihrer Interdependenzen und die Gefahr von möglichen planetarischen Kipppunkten, nicht anders als durch wissenschaftliche Modellierung von plausiblen Zukünften beschrieben werden kann.

²⁹ Schneider, C. „Es macht mich traurig, wie dumm wir sind“ <https://www.zeit.de/campus/2019-09/scientists-for-future-christoph-schneider-klimaschutz-aktivismus>

Andererseits besteht unser Beruf darin, Neues zu beschreiben, nicht Altes. Journalisten sollten keine Wiederkäufer sein. Vom Klimawandel aber weiß die ganze Welt. Das Thema ist ausgeleuchtet, seit Jahrzehnten schon.“³⁰ Dieses Dilemma lässt sich nicht durch immer mehr Detailstudienpräsentationen lösen. Wenn der Maßstab von Journalist*innen die Humanität ist, wie Jochen Bittner es benennt³¹, dann ist dem Dilemma dadurch zu entkommen, dass die Ursachen und Verursacher*innen des klimakulturellen Stillstands ebenso hinterfragt werden wie Möglichkeiten eines sozialen tipping points, durch den – in diesem Fall – Klimaschutz, Energiewende, Klimaanpassung der Problemgröße und der Dringlichkeit gemäß in Gang kommen können.

Zeitgleich geht Uwe Schneidewind, Präsident des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie, in seinem neuen Buch auf die Rolle des Journalismus in Demokratien ein, die durch veränderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen beeinträchtigt sei. In den letzten Jahren seien jedoch neue journalistische Formate entstanden, die dem entgegenwirkten, wozu er den „konstruktiven Journalismus“ und den „transformativen Journalismus“ zählt. In der Großen Transformation müsse konstruktiver Journalismus „letztlich zum transformativen Journalismus werden, der – analog zu einer transformativen Wissenschaft – Pionier*innen und Initiativen des Wandels ermutigt, orientiert und vernetzt“. Schneidewinds Fazit: „Gerade die Begleitung und die überregionale Vernetzung lokaler Transformationsprozesse könnte ein transformativer Journalismus erheblich stärken“.³²

4.2 Anforderungen an Transformationen im Journalismus

Drei Zugänge zu einem spezifischen Journalismus lassen sich aus den genannten Beispielen ableiten:

1. Es besteht in Teilen des Journalismus der Anspruch, nicht mehr nur die „kritische Wacht über alle politisch Aktiven“ auszuüben, und als Diskursbefeuere zu dienen³³. Das hat sicherlich mit einer Reihe von Fußfesseln im etablierten Mediensystem zu tun.³⁴ Vor allem aber ist es der Erfahrung geschuldet, als vierte Macht nicht in der Lage zu sein, existenzielle Lern- und Gestaltungsprozesse in den verschiedenen gesellschaftlichen Arenen zu initiieren, die sich den Problemen in ihrer ganzen Radikalität annehmen. Daraus erwächst der ethisch konnotierte Anspruch, willensbildende Wirkung hinsichtlich dieser Herausforderungen zu entfalten – anstelle des Anspruchs, Wirkung auf die allgemeine Meinungsbildung auszuüben. Dahinter steckt die Kritik, dass die Medien heute nicht adäquat verfasst, aufgestellt

³⁰ Malte Henk, Wolfgang Uchatius. Morgen vielleicht. DIE ZEIT, Nr. 23/2015 <https://www.zeit.de/2015/23/klimawandel-diskussion-co2-emissionen>

³¹ Jochen Bittner. Fahnen runter! DIE ZEIT, Nr. 16, 11.04.2019, <https://www.zeit.de/2019/16/journalismus-reporter-politischer-aktivismus-verantwortung>

³² Uwe Schneidewind, Die Große Transformation. Eine Einführung in die Kunst des gesellschaftlichen Wandels, 2018, S. 357.

³³ Jochen Bittner. Ebenda

³⁴ Zu diesen Gründen gehören die ökonomische Situation des sich massiv und permanent wandelnden Mediensystems, der Leser*innenschwund bzw. das veränderte Mediennutzungsverhalten, die Informationsüberflutung (»Information Overload«), verbunden mit „Junk News“ und „Fake News“, sowie ein tradiertes, unzeitgemäßes Rollenverständnis der Journalist*innen.

und vor allem ausgerichtet sind, um diese Große Transformation aktiv voranzutreiben oder sie kurativ mit den Transformationsakteur*innen des Wandels engagiert zu begleiten. Vieles verlangt nach einer Neu- bzw. mindestens ergänzenden Ausrichtung mit zeitgemäßer Zielbeschreibung und transdisziplinärer Kollaboration zwischen Wissensträgern unterschiedlichster Wissenschaftsdisziplinen, anderen Wissenstypen und Journalist*innen.

2. Die Lieferantin des Rohmaterials für die gesellschaftliche Kommunikation über Nachhaltiger Entwicklung und Großen Transformation, die Wissenschaften, ist selbst in einem Prozess eines veränderten Rollenverständnisses. Mit Herausforderungen wie die der Klimakrise, dem Artenschwund, der Versauerung und (Plastik-)Vermüllung der Meere, den durcheinander geratenden Stickstoff- und Phosphorkreisläufen, der sozialen Ungleichheit und globalen Chancenungerechtigkeit geht es nicht mehr nur um ein „öffentliches Verständnis der Wissenschaften“ sondern um ein „politisches Verständnis der Wissenschaften“.³⁵ Das bedeutet, dass sie sich ehrlich machen müssen hinsichtlich ihrer Definitionsmacht über mögliche Zukünfte. Das bedeutet aber auch, dass sie sich auf eine kulturelle Kontroverse mit der Meinungsgesellschaft³⁶ einzustellen haben. Natürlich verändert das nicht nur die Rolle von Wissenschaftler*innen, sondern auch die der Journalist*innen.
3. Wenn Transformationen real stattfinden, dann wirken sie in lokale und regionale Lebenswelten der Menschen und sind mit all ihren Nebenfolgen dort sowohl spür- als auch gestaltbar. Transformativer und wirkungsorientierter Journalismus lässt sich nicht nur auf diese Ebenen ein. Er begleitet Transformationen an der Basis, setzt sie in der öffentlichen Wahrnehmung in Wert und kann darüber auf die kulturelle Transformation, also die gesellschaftliche Problemwahrnehmung und Narrative einwirken.³⁷

Die These: Wenn der Journalismus (in unserer Betrachtung fokussiert auf eine zentrale aber immer heterogener werdende Akteursgruppe innerhalb des Mediensystems: die Content-Produzent*innen) eine wirkliche Rolle beim »Projekt Weltrettung« spielen will, dann muss er sich und seine Arbeitsweise, in Ergänzung zu berechtigten Formaten des bestehenden Qualitätsjournalismus, radikal neu erfinden. Diese Art der Medienwende würde selbst ein großes Transformationsprojekt sein, das bislang unter den zahlreichen Transformationsarenen (Energiewende, Verkehrswende, Agrarwende etc.) jedoch erstaunlich wenig Beachtung findet.

4.3 Die Debatte um einen Impact-Journalismus

Zunächst erneut eine Einordnung: Die Diskussion zum Impact-Journalismus erhält ihre Relevanz daraus, dass nachhaltige Entwicklung als Überlebensmodus der Menschheit eine Universalität geworden ist, die der Universalität der Menschenrechte, der Humanität gleicht. Die Großen gesellschaftlichen Herausforderungen und die SDGs (Sustainable Development

³⁵ Meyer-Guckel,V. ebenda.

³⁶ Während die Wissensgesellschaft eine spezifische Reflexionsform von Wissen und Erkenntnissen ausprägt, dessen Kriterium das Fürwahrhalten ist, gilt das in der Meinungsgesellschaft nicht.

³⁷ Schneidewind,U. Rehm,A. Vom inside-out zum outside-in. GAIA Nr.2 I 2019, S. 170.

Goals)³⁸ beschreiben und „definieren“ diese universelle Allgemeingültigkeit und damit den Geltungsanspruch.³⁹ Dass sich die Weltgesellschaft drastisch verändert und weiter verändern wird, ist eine Tatsache, die mit dem Begriff vom Anthropozän in der umweltwissenschaftlichen Debatte ihre Erklärung findet.⁴⁰ Die Art der Transformation wird aber davon abhängen, wie wir sie kommunizieren. Denis Meadows macht das Thema am Ressourcenverbrauch fest:

„Die Frage ist: wird dieser Rückgang [des Verbrauchs] stattfinden, weil wir handeln und ganz bewusst Prozesse einleiten, die wir als politisch, wirtschaftlich und ethisch akzeptabel ansehen? Oder werden wir die Probleme weiter ignorieren und uns der Planet dann dazu zwingen, dass dieses Wachstum abnimmt – allerdings auf nicht sehr angenehme Art und Weise – Epidemien, Kriege, Hungernöte – ich kenne die Mechanismen nicht genau, aber es wären nicht die Dinge, die wir uns aussuchen würden.“⁴¹

Das ist der Rahmen, in dem die Suche nach einem passenden Journalismus, seiner Funktionen und Rollen stattfindet. Sein wirkungsorientierter „Auftrag“ lässt sich aus dem Narrativ der Großen Transformation ableiten. In diesem ist ein Ausweg aus der globalen Umweltkrise noch möglich, sofern schnell gehandelt wird – es wird also die Lösung von Problemen unterstrichen und ein Plot mit hypothetischen Happy End dargestellt.⁴² Impact-Journalismus beschreibt, wie die Funktionsfähigkeit der sozial-ökologischen Systeme stabilisiert werden kann, betont den Umbau zu einer verantwortungsvollen und nachhaltigen Gesellschaft mit verändertem Konsumverhalten sowie die Modernisierung der Demokratie und Bürgerbeteiligung. Mit der Annahme eines radikalen "Kulturwandels"⁴³ stehen soziale und politische Lösungsstrategien im Vordergrund. Wobei die Herausforderung darin besteht, eine glaubhafte Verknüpfung von abstrakten Problemlagen mit konkretem Alltagshandeln zu organisieren und zu kommunizieren. Zugleich wird das Verlangen nach neuen positiven Geschichten artikuliert.⁴⁴

Transformation ist dabei der Prozess, durch den sich die gesellschaftlichen Institutionen, die diese Universalität durchzusetzen und zu sichern haben, herausbilden, erproben und etablieren. Und zu diesen Institutionen gehört, als wesentlicher Teil gesellschaftlicher Kommunikation und sozial-kommunikativem Handelns, der Journalismus.

³⁸ <https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>

³⁹ Der Anspruch auf universale Geltung hat die Schaffung von positiv rechtlichen Vorkehrungen zur Folge, welche zum Ziel haben, die nachhaltige Entwicklung für alle Menschen auf wirksame Weise zu institutionalisieren. Dies ist der Schritt von der Allgemeingültigkeit als moralischem Geltungsanspruch hin zur Allgemeingültigkeit als einer positiv rechtlichen Tatsache.

⁴⁰ Paul J. Crutzen, *Geology of Mankind*. Nature 415/2002 S.23.

⁴¹ Denis Meadows, *Grenzen des Wachstums (II) – Vortrag am WZB 22.11.2006*, in: Hörbuch/DVD *Klimawandel und nachhaltige Entwicklung*, KMGNE (Hrsg.) Berlin 2007.

⁴² Dürbeck, G. *Das Anthropozän Erzählen: Fünf Narrative*. <http://www.bpb.de/apuz/269298/das-anthropozan-erzaehlen-fuenf-narrative?p=all> WBGU. *Welt im Wandel – Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation*. <https://www.wbgu.de/de/publikationen/publikation/welt-im-wandel-gesellschaftsvertrag-fuer-eine-grosse-transformation>.

⁴³ Leggewie, C. Welzer, H. *Das Ende der Welt, wie wir sie kannten. Klima, Zukunft und die Chancen der Demokratie*. Frankfurt/N. 2009, S. 230.

⁴⁴ Schwägerl, Ch. *Menschenzeit. Zerstören oder Gestalten? Wie wir heute die Welt von morgen erschaffen*. München 2012.

4.4 Herausforderungen journalistischen Arbeitens im Rahmen nachhaltiger Entwicklung

Wir haben es in Transformationsprozessen mit zwei grundsätzlichen Problemen zu tun. Einerseits mit dem Problem der Thematisierung, dem "agenda setting", dem Wecken öffentlichen Interesses (und dem Schaffen öffentlichen Ärgernisses), das gegen tradierte Herrschaftsstrukturen und kulturelle Barrieren initiiert werden muss. Dieses Phänomen der gesellschaftlichen Emanzipation der Alltagserfahrung (was gesellschaftliche Kommunikation ist) zeigt facettenreich das o.g. Zitat von Meadows. Andererseits, wenn die Umstände das Thema oder das Problem oder den Handlungsdruck erzwingen oder die kritischen Akteure es schlaun in die öffentliche Diskussion schleusen, dann geht es in radikalen Auseinandersetzungen darum, wer von den unterschiedlichen Akteuren die Kraft und Macht zur Definition dessen, was denn die gesellschaftlich sinnvollsten Lösungswege wären, von der Öffentlichkeit übertragen bekommt. Wagemutigere der Transformation haben in solchen Situationen immer die knapperen Ressourcen, die risikoreicheren Visionen, die ungewöhnlicheren Bilder. Sie haben neue Vorstellungen, stören Alltagskulturen und Machtstrukturen.⁴⁵ Sie haben folglich auch Umbauvorstellungen für die gesellschaftliche Kommunikation und Meinungsbildung zu entwickeln und zu praktizieren, um wahrgenommen zu werden. Denn, während die traditionelle Kommunikation auch auf einer realen, materiellen Welt fußt, die sie widerspiegelt (Objekte und Institutionen als Sprachrohre), sind die Akteure der Veränderung und des Umbruchs fast ausschließlich auf wissenschaftlich begründete Kommunikation angewiesen, die zukünftige, also fiktionale Möglichkeiten zum Inhalt hat.

Nachhaltige Entwicklung wird ohne Wirkungsmächtigkeit, ohne Selbstermächtigung und ohne kommunikative Emanzipation der Akteure des Wandels nicht tragen. Pierre Bourdieu sieht die Grundfrage aller Kommunikation darin, ob die Voraussetzungen für das Verständnis erfüllt sind.⁴⁶ Das zielt einerseits auf die Frage nach den Verstehenskompetenzen der Hörer*innen, aber auch auf den/die „Sprecher/in“, der/die über einen Code verfügen muss, der ausreicht, um den/die Adressat*in aus seinem Kommunikationsgleichgewicht zu bringen. Kommunikation in der Transformation ereignet sich an der Schnittstelle von Bekanntem und dessen Irritation. Wir erleben die Medien-, v. a. die Fernsehwelt, aber asymmetrisch: ständig werden Kommunikationsweisen gewechselt, wechseln sich widersprüchliche Botschaften ohne Erklärung ab. So reihen sich z.B. ständig Berichte über neue Studien zum Klimawandel an Reiseberichten und Reiseangeboten zu den Malediven, mit Informationen zum Erderschöpfungstag und wirtschaftspolitischen Maßnahmen für mehr Wachstum ab.

Die Adressaten nehmen also mediale Kommunikation als Patchwork wahr, indem sich Diskursstile, Bilder- und Signalwelten nicht nur ständig verändern und sondern sich auch in ihren Orientierungen ständig widersprechen. In dieser hybriden Kommunikationswelt wird die

⁴⁵ „Wer bereit ist, sich zu verändern, wer den Mut hat, sich zu verändern, wird immer von jenen als Verräter bezeichnet werden, die zu keiner Veränderung fähig sind und eine Heidenangst vor Veränderung haben, die Veränderung nicht verstehen und sie ablehnen“ Amos Oz. Judas. Suhrkamp Verlag Berlin, 2016, S.273.

⁴⁶ Pierre Bourdieu, Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1982.

Inkompatibilität zwischen Botschaften – auch die verstreuten zur nachhaltigen Entwicklung – und dem Orientierungsbedarf und den Verständigungsabsichten der beteiligten Leser- und Zuschauer*innen zum medialen Alltag.

Die (journalistische) Kommunikation hat bei der Begründung nachhaltiger Entwicklung, also der plausiblen Ableitung von Maßnahmen für die Große Transformation aus den Herausforderungen wie Klimakatastrophe und massenhaften Artensterben ⁴⁷ eine besondere Herausforderung zu meistern. Timothy Morton meint, dass Phänomene wie der Klimawandel unsere Vorstellungen von Zeit und Raum derart überfordert, dass wir sie geistig nicht mehr wirklich fassen können. Er nennt dieses eigenständige Problem „Hyperobjekt“. Diese Art von Objekt ist für ihn etwas Allumfassendes, dass so groß ist, dass wir es in seiner Gesamtheit nicht wahrnehmen können. Da wir selbst Teil dessen sind, können wir immer nur einzelne Aspekte verstehen. Denn im Inneren begreifen wir nicht so einfach, wofür wir Verantwortung übernehmen müssen. Nach Morton müssten wir den Klimawandel nicht als Phänomen kommunizieren, sondern als ein Objekt, in dem wir uns aufhalten. Dann würden die Beziehungen zwischen Gesellschaft und Umwelt klarer und die Schäden mehr auf uns und unser Handeln bezogen werden können. Wir wären dann Teil der vom Klimawandel betroffenen Umwelt und diese wiederum Teil von uns.⁴⁸

Diese kommunikative Herausforderung korrespondiert mit einer zweiten: Wie auf einen Schlag erscheinen Denkfiguren überholt, die deshalb positiv besetzt waren, weil sie den Möglichkeitssinn, also die Vorstellungskraft für Alternativen ansprachen sowie das Denken in komplexeren Niveaus möglich machten: Ambiguität und Ambivalenz, die Mehrdeutigkeit. Diese Denkfiguren sind auch deshalb so hilfreich (gewesen), weil sie bei den grundlegenden Lebensfragen das absolute „richtig – falsch“ auflösten und die kulturelle Technik des Kompromisses einführten. „Alternativlos“ gab es nicht. Aber plötzlich wird die Denkfigur des Alternativlosen selbst alternativlos. Er stimmt bei Klimawandel und Artensterben. Zwar lassen sich die genauen Verläufe, Auswirkungen und Kippunkte nur in Näherungswerten vorhersehen. Doch die Katastrophen selbst bleiben als Faktum total vorhersagbar. Die sich abzeichnenden Umbrüche sind viel zu simpel, sind extrem unterkomplex, weil sich angesichts steigender Temperaturen und radikal vermindernder Artenvielfalt sowie des Tempos und der Grundsätzlichkeit, in dem nun umgesteuert werden muss, nur sagen lässt: Ja – Nein. Das beliebte Einerseits/Andererseits ist durch diesen Ernstfall ausgehebelt. Graustufen gibt es nicht mehr. Von richtig und falsch zu reden ist meistens falsch. Hier, in der existenziellen Herausforderung der Menschheit, sind die Demokratien der Welt im Zugzwang, wollen sie die Daseinsvorsorge ihrer Mitmenschen langfristig sichern. Andernfalls versagt diese Regierungsform. Die Schlussfolgerung ist so verstörend wie simpel: Demokratien, die unter allen Umständen in Situationen nahender Kippunkte an Ambiguität festhalten und damit auf

⁴⁷ Das betrifft letztlich alle Herausforderungen, die sich durch die planetaren Leitplanken abbilden lassen. Das Konzept der planetaren Leitplanken liegt der WBGU-Studie zur Großen Transformation zugrunde.
<https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>

⁴⁸ Morton, T. 2013. Hyperobjects: Philosophy and Ecology after the End of the World (University Of Minnesota Press)

ihren zeitlich nicht befristeten Aushandlungen beharren, setzen gerade damit ihre mögliche Resilienzfähigkeit aufs Spiel.⁴⁹

Über zwanzig Jahre Erfahrungen in der Kognitionsforschung machen immer deutlicher: Nicht das Handeln folgt dem Denken, sondern das Denken folgt dem Handeln. Die Kraft der kognitiven Dissonanz wurde im Umweltjournalismus zu lange unterschätzt. Nachhaltiges Handeln und Gestalten entsteht dadurch, dass Strukturen, Erfahrungs- und Resonanzräume geschaffen werden, in denen anderes Handeln erprobt werden kann bzw. muss. Denn erst durch die produktive Erfahrung der veränderten Handlungsmöglichkeit wird das oft längst vorhandene Wissen über die ökologische Richtigkeit dieses Handelns aktiviert. Dafür sind Experimentierräume wichtig, sicher auch Mechanismen zur demokratisch legitimierten Selbstbeschränkung. Das bedeutet, dass journalistische Arbeiten mögliche bzw. fehlende Experimentierräume thematisieren sollten.

Daraus lassen sich folgende Schlüsse ziehen:

- Die Kommunikation zur nachhaltigen Entwicklung erträgt keine hierarchischen Kommunikationsstrukturen. Suchprozesse für gesellschaftliche Leit- und Zukunftsbilder brauchen interaktive und partizipative Kommunikation auf Augenhöhe, die Problemlagen, Praxiserleben und Sprachen aller Gesellschaftsmitglieder aufnimmt.
- Kommunikation zu nachhaltiger Entwicklung ist ein organisationales Lernen⁵⁰ durch soziales Handeln, in dessen Prozessen gemeinsam (kooperativ, kontrovers) Wissen generiert wird.
- Zwar haben massenmediale Kommunikationsstrukturen limitierende und nivellierende Tendenzen. Gleichwohl ist die Feinstruktur politischer Veränderungen dadurch nicht dauerhaft erfolgreich zu beeinflussen. Dieser empirische Befund weist auf den inhärent aktiven Part der Promotor*innen nachhaltiger Entwicklung im gesellschaftlichen Kommunikationsprozess hin: sie werden zu Erfinder*innen immer neuer Formen des Guerilla-Marketings⁵¹, durch die Symbole, (Zukunfts)bilder, Metaphern und soziale Praktiken der Transformation gestaltet werden. Und der Part

⁴⁹ Borner, J. Was künstlerische Dialoge zum Anthropozän am Kummerower See für Gedanken auslösen können. In: *Anthropozän und Ästhetik*. 2019. Berlin-Karnitz.

⁵⁰ Organisationales Lernen hat zwei Zugänge: Der erste findet sich in der Frage, wie eine Organisation (Institution, Unternehmung etc.) beschaffen sein muss, um lernen zu können! Der zweite betrifft den reinen Lernprozess in Organisationen und Strukturen. Im Fall nachhaltiger Entwicklung scheint das „Doppelschleifenlernen“ ein sinnvolles Muster zu sein. Chris Argyris, Donald A. Schön: *Organizational Learning II*. Addison-Wesley, 1996, Chris Argyris: *Knowledge for Action. A Guide to Overcoming Barriers to Organizational Change*. Jossey-Bass Wiley, 1993

⁵¹ Guerilla-Vermarktung bezeichnet ungewöhnliche Vermarktungsaktionen, die mit geringem Mitteleinsatz eine große Wirkung versprechen. Laut Hutter/Hoffmann (2011) umfasst Guerilla-Marketing „verschiedene kommunikationspolitische Instrumente, die darauf abzielen, mit vergleichsweise geringen Kosten bei einer möglichst großen Anzahl von Personen einen Überraschungseffekt zu erzielen, um so einen sehr hohen Guerilla-Effekt (Verhältnis von Werbenutzen und -kosten) zu erzielen“ Hutter, Katharina; Hoffmann, Stefan: *Guerilla-Marketing – eine nüchterne Betrachtung einer vieldiskutierten Werbeform*. In: *der markt – International Journal of Marketing*. Nr. 2, 2011a, 50. Jg., S. 121–135.

besteht darin, sich zu ermächtigen, das Recht auf Kommunikation und Deutung zu haben, in Anspruch zu nehmen und zu verteidigen.

Das ist deshalb relevant, weil die gängige Medienstruktur gleichsam ein Kreter ist, der uns infolge seiner Selbstreferenz gerade darüber im Unklaren lässt, was er in der Gesamtheit seiner Kommunikationsformate und Medien vermittelt, während wir glauben, miteinander zu reden. Aber der Medienzweifel⁵², der konzeptuell in der nachhaltigen Entwicklung steckt, eröffnet ihren Akteuren die Möglichkeit und die Notwendigkeit für „kommunikative Störfälle“.

„Kommunikative Störfälle“ sind spezifische Formen kontroversen, kommunizierenden Lernens, das unmittelbar mit der Wirklichkeit verbunden ist. Denn nur in realen Umbrüchen treffen sich die Träger*innen der unterschiedlichen Wissenstypen sowohl hinsichtlich der Beschreibung, Deutung und Erklärung der Welt, als auch hinsichtlich der Reflexion dieser Deutungen und der mit ihnen verbundenen Handlungen und der Anpassung an die Reflexionsergebnisse. Die Fähigkeit zur kooperativen Reflexion der eigenen Sichtweisen und Handlungen wird dadurch zur »Produktivkraft«.

4.5 Konzeptueller Rahmen eines Impact-Journalismus

Was die Recherchen, Interviews und Expert*innengespräche zu dieser kurzen Sondierungsstudie an Überlegungen und Vorschlägen erbrachten, ist nur ein Ausschnitt einer viel breiter erfolgenden Diskussion in unterschiedlichen Rahmungen: in der Wissenschaft, in regionalen Entwicklungsprozessen, im Kommunikationsbereich u. a.. Doch schon dieser Ausschnitt weist auf die Aktualität und Notwendigkeit der Diskurse um Transformationen im Journalismus hin.

4.5.1 Grundsätzliche Annahmen

Impact-Journalismus bedeutet einen Wandel journalistischen Arbeitens. Die Bewegung geht dabei weg vom Bestandteil eines Wirtschaftsgewerbes und dessen spezifischer Logik und hin zu einem Zukunftsakteur in gesellschaftlichem (nicht im staatlichen!) Auftrag. Das könnte bedeuten, dass impact-journalistische Arbeit, die sich den Fortschrittsthemen im Kontext der großen Herausforderungen systemisch und systematisch annimmt, in öffentlich-rechtlichen Strukturen angesiedelt ist und neben dem Auftrag zu transformativer Bildung den Auftrag hat, die gesellschaftlichen Bedeutungszusammenhänge aus den Erkenntnissen der Nachhaltigkeitswissenschaften abzuleiten und zu kommunizieren.

Mit diesem Wandel geht ein mentaler Wandel auf zwei Ebenen einher: Impact-Journalist*innen entwickeln ihre Grundhaltung zur nachhaltigen Entwicklung als ethische Grundlage ihrer Arbeit – so, wie Humanität die selbstverständliche Grundlage journalistischen Arbeitens ist. Und zwischen beiden gibt es eine unmittelbare Verbindung: Starke nachhaltige Entwicklung –

⁵² Medienzweifel meint die ständige, oft subtile Hinterfragung in journalistischen Arbeiten, ob das mit der nachhaltigen Entwicklung und den daraus resultierenden Konsequenzen denn stimmig ist – gemessen an den Erwartungen in der Bevölkerung, am Zuwachs des BIP usw.

und nur darum geht es wohl noch - ist nur global zu haben. Doch ist das ein einhelliges (Selbst)Verständnis? Der Dramaturg und Schriftsteller Heiner Müller schrieb 1994/95:

„Und jetzt heißt es in den reichen Ländern, mit Blick auf die wachsenden, überbevölkerten und näher rückenden Armutszonen: Für alle reicht es nicht. Daraus folgt die Selektion.“

Mit traumatisiertem Blick auf die Geschichte belegte er den systematischen Zusammenhang zwischen Hitlers massenmörderischen Selektionen und der kapitalistischen Wirtschaftsordnung in einem Gespräch mit Frank Castorf: „Hitler hat das 1932 in seiner Rede vor dem Industrieclub auf den Punkt gebracht: Der Lebensstandard der weißen Rasse kann nur gehalten werden, wenn der der anderen Rassen sinkt. – Die Selektion ist nach wie vor das Prinzip der Politik der Industriestaaten. Insofern hat Hitler gewonnen.“⁵³ Den Ansatz dieser Deutung finden wir heute in einer Reihe nationalistischer Politikszenerien, in denen Zukunft implizit in Kauf nimmt, dass ein größerer Teil der Menschheit über die Klinge springt (First-Figur).

Die zweite Ebene betrifft die Grundhaltung der Institution, die die impact-journalistische Arbeit trägt, also den Verlag, den Sender, das Projekt. Natürlich ist die Anforderung analog.

Impact-Journalismus will Transformationsprozesse begleiten. Diese zeichnet aus, dass in ihnen permanent neues Wissen generiert wird. Eine skeptische, kritische Hinterfragung und die Konfrontation mit anderen wissenschaftlichen Perspektiven macht das Wesen der Begleitung aus. Dazu gehört aber auch zu ergründen und zu bewerten, welche Ergebnisse der wissenschaftlichen Erkenntnisprozesse konsensualen Charakter haben, also als „robustes Wissen“ anzusehen sind. Diese Vermittlung gehört zur Information und Aufklärung der Öffentlichkeit unmittelbar dazu. Das führt zur Abkehr von der gegenwärtigen medialen Funktionslogik (insbesondere der Mainstreammedien, die auf eher einfache Botschaften und große Reichweite setzen) wonach das mediale Ereignis wichtiger ist als der zugrunde liegende Zustand und Meinungskolumnen wichtiger als die Aufdeckung von Bedeutungs- und Wirkungszusammenhängen aus den naturwissenschaftlichen Erkenntnissen heraus in die gesellschaftliche, kulturelle, geostrategische, wirtschaftliche, historische, psychologische Welt. Diese Implikationen sind auszubuchstabieren und zwar in allen Facetten des prallen gesellschaftlichen Lebens. Und dabei muss die aktuelle Perspektive umgedreht werden: Nicht (nur) der Einzelne soll etwas tun, sondern die Politik und das Kollektiv⁵⁴ – nämlich Strukturen und Verhältnisse schaffen, innerhalb derer es selbstverständlich und lohnend ist, Umweltschutz und nachhaltige Entwicklung zu befördern.⁵⁵ Das schließt ein, sich von dem Nachhaltigkeitsdiskurs zu verabschieden, der es strukturell vermeidet, politische Antagonisten zu benennen, also nicht sagt, wer alles handelnd involviert ist. Nachhaltige Entwicklung hat

⁵³ Heiner Müller, Für alle reicht es nicht, Berlin 2017, S.8 Suhrkamp Verlag

⁵⁴ <http://www.meco.lu/wp-content/uploads/2018/07/PP-Wachstum-Muraca-Juli-2018.pdf>

⁵⁵ Siehe auch den Bericht von Sir Nichaolas Stern (2006), dessen Handlungsoptionen wenig, die Schadensabschätzungen dafür umso mehr in den Mainstreammedien thematisiert wurden.

https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20100407172811/http://www.hm-treasury.gov.uk/stern_review_report.htm

agierendes (oder blockierendes) Personal, welches plastisch herausgestellt und mitsamt seinen vielfältigen Handlungsmotivationen durch die mediale Berichterstattung lesbar werden. Schließlich geht es noch um eine dezidierte Sprache, die den Tatsachen angepasst ist.⁵⁶

Auf dieser breiten Grundlage lässt sich zu einer Debattenkultur beitragen, die keine Scheu vor klaren Aussagen zu den politischen und normativen Grundlagen politischer Entscheidungen und zum Handeln einzelner Akteure hat. Diese Transparenz schließt die Journalist*innen mit ein.⁵⁷ Die sinnstiftende Funktion des Journalismus besteht eben darin, die großen Herausforderungen mit dem politischen und wirtschaftlichen Handeln zu konfrontieren und mittels der Kontroverse gesellschaftliche Gestaltungsräume aufzuschließen anstatt mit dem Verweis auf Sachzwänge durch Märkte, Technologien etc. zu signalisieren, dass Gestaltungsmöglichkeiten begrenzt seien.⁵⁸ Impact-Journalismus setzt auf eine Fehlerkultur und die mühsame Fähigkeit, bei der Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit auch Widersprüchlichkeiten und Uneindeutigkeiten auszuhalten.

Wie das Beispiel der Riff-Reporter andeutet, werden neue Strukturen (Plattformen) notwendig werden, über die sich einerseits das Wissen (Content) für die journalistische Arbeit verfügbar machen und sich Informationen und nachhaltige Orientierungen verbreiten lassen. Und die auch sicherstellen, dass sich Journalist*innen (Content Provider) mit ihrer Arbeit auch finanzieren können. Es wächst die Notwendigkeit eines neuen journalistischen Erzählens, welches der Wirkungsbedeutung von Narrativen (Memen, Weltbildern) in kulturellen Wandlungsprozessen Rechnung trägt.

„Die Aufklärung über den Zustand des Planeten gehört zum Job. Ja, die Keeling-Kurve oder die Tendenzen der Ozeanversauerung sind nicht per se auffrüttelnd und inspirierend. Damit reißt man aus dem Stand keine Quoten. Deswegen braucht es die Geschichten, die das abstrakte begreifbar machen. Auch außerhalb des Wissensressorts. Kontinuierlich, sachlich und unabhängig von der Außentemperatur.“⁵⁹

4.5.2 Die Unterscheidung zwischen konstruktivem und Impact-Journalismus

Impact Journalismus ist bisher eine Nischendiskussion, die sich aus Ansätzen des transformativen und des kritisch-konstruktiven Journalismus sowie des lösungsorientierten

⁵⁶ „Man verschiebt erst das Sagbare und damit dann das Machbare“. Interview mit Astrid Séville. Süddeutsche Zeitung <https://www.sueddeutsche.de/kultur/sprache-der-populisten-man-verschiebt-erst-das-sagbare-und-damit-dann-das-machbare-1.4529310>

George Monbiot weist darauf hin, dass Transformationsprozesse eine neue, eigene Sprache benötigen.

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/09/forget-the-environment-new-words-lifes-wonders-language>

⁵⁷ „Viel besser wäre es, auch die Moderationen von ARD und ZDF machten transparent, wo sie politisch selbst stehen.“ Ines Schwerdtner. Die vierte Wand muss weg. In der Freitag Nr. 34, 22. August 2019, S.7.

⁵⁸ Michael Brüggemann hält es für falsch „die Verantwortung bei den Menschen abzuladen. In einer Gesellschaft, in der Fliegen billiger ist als Bahnfahren und Käse teurer als Fleisch lässt sich nicht so einfach das Klima retten, sagt er. Stattdessen hätten wir es beim Thema Klima mit etwas anderem zu tun: mit Politikversagen.“ Andreas Frey. Greta und der heiße Sommer. FAZ Nr. 23 9. Juni 2019, S. 53.

⁵⁹ Luisa Neubauer. Informiert euch! DIE ZEIT Nr.20, 9. Mai 2019, S. 5.

Journalismus („solution journalism“) herleiten lässt. Zur Abgrenzung folgt hier nun eine kurze Erläuterung der beiden Ansätze.

4.5.3 Konstruktiver Journalismus oder Solution Journalismus:

Konstruktiver oder Solution-Journalismus ist ein Ansatz zur Nachrichtenberichterstattung, der sich sowohl auf die Antworten auf soziale und ökologische Probleme, als auch auf die Probleme selbst konzentriert. Lösungsgeschichten, die glaubwürdige Beweise liefern und verständlich erläutern, wie und warum Antworten funktionieren oder nicht funktionieren.⁶⁰

David Boardmann, Vertreter des Solution-Journalismus leitet das so ab:

„Journalismus gehört zu den wichtigsten Hebeln, um die Welt zu verändern. Er muss untersuchen, warum etwas passiert, was als nächstes vermutlich passieren wird und was man dagegen tun kann. Wir haben die Verantwortung darüber nachzudenken, was unsere Arbeit bewirkt. Etwas zu bewegen, ist für viele eine starke Motivation.“⁶¹

Wir haben hier also die Merkmale: Wirkzusammenhänge, mögliche Zukünfte, Handlungsoptionen, die für das journalistische Arbeiten entscheidend sind und wir haben das Selbstverständnis, dass Journalismus wesentlicher Hebel für die Veränderung der Welt ist. Die Praktikabilität dieses Zuganges erklärt Boardman anhand einer Studie von Jonah Berger von der University of Pennsylvania. Diese „zeigt, dass negative Nachrichten aus [...] dem Lokalfernsehen sehr schnell und viel geteilt werden. Die Reaktionskurve ist eine steile Zacke. Bei Solutions-Journalism-Geschichten sieht die Verbreitungs- und Reaktionskurve aus wie ein Berg. Sie steigt langsam an. Stories werden viel länger und weiterverbreitet. Für mich bedeutet das im Umkehrschluss, dass sie neues Publikum erreichen und an qualitätsvolle Nachrichten binden können.“⁶² Boardmann zieht aus der Studie die Erkenntnis, dass der lösungsorientierte Ansatz deutlich länger ein Thema in der Öffentlichkeit fixiert, sowie einen Bedarf nach Problemlösungen befriedigt, den die traditionellen Medien eher nicht im Blick haben. Und er verweist auf die Bedeutung eines qualitativen regionalen und lokalen Journalismus, etwas, was als weiteres Merkmal des Solution-Journalismus gesehen werden kann.

In dem Anspruch auf Darstellung eines „realistischen Weltbilds“, welches einen „journalistischen Negativ-Bias“ vermeidet und positive Entwicklungen gleichberechtigt mit Problemen thematisiert, sieht der Konstruktive Journalismus ein nächstes, eigenes Merkmal. Die wichtige kritische Berichterstattung lehnt eine gleichzeitige Verzerrung der Realität durch „Einseitigkeit oder Schwarz-Weiß-Malerei“ ab und setzt auf eine konstruktive Grundeinstellung der Journalist*innen. Folgerichtig sind für sie Auseinandersetzungen nicht chronische Konflikte, sondern Dilemmata, in denen die verschiedenen Seiten Gründe für ihr

60 <https://www.solutionsjournalism.org/> <https://www.mediummagazin.de/archiv/2011-2/ausgabe-062011/die-besten-im-netz/>

61 David Boardman, Evolutionsschritt in der Investigation. Interview. In: Der Österreichische Journalist #04-05/2018, S. 82-83.

62 Ebenda.

Handeln haben und in denen es darum gehen muss, danach zu suchen, wer oder was wie helfen kann, einen Wandel zu bewirken, dessen Notwendigkeit sich abzeichnet.

Schließlich begreift sich der konstruktive Journalismus wie der klassische Journalismus ja auch als vierte Macht im Staat. Journalismus übernimmt in diesem Verständnis die Rolle eines Wächters, in dem Sinn, als dass er durch positive Neuigkeiten eine Balance im Ungleichgewicht der Informationen, Nachrichten und Meinungen herzustellen versucht. Interessant dabei ist, dass sich konstruktive Journalist*innen über die Auswirkungen der Berichterstattung auf Konsument*innen und Öffentlichkeit bewusst sind und sich in dieser Rolle selbstkritisch reflektieren.

4.5.4 Impact-Journalismus

Impact-Journalismus fußt auf dem Konstruktiven und Solution-Journalismus. Aber er versteht sich als eine Art Beyond-Journalismus, dessen Spezifik die Begleitung der Großen Transformation zur nachhaltigen Entwicklung ist. Dass er den Begriff „Impact“ als expliziten Ausdruck des Selbstverständnisses wählt hat zwei Gründe. Der erste Grund leitet sich aus der normativen Handlungsaufforderung in einem knappen Zeitfenster ab, die sich aus der Universalität nachhaltiger Entwicklung ableitet.⁶³ Der zweite Grund bezieht sich auf die Wirkung selbst. Impact, also Wirkung zu erzielen wird im Journalismus schon länger verfolgt. Normalerweise wird auf der Basis eines wissenschaftlichen Ergebnisses ein journalistischer Inhalt (Content) geschaffen und publiziert. Von dort aus wird nach dem erzeugten Outcome und möglicherweise nach dem Impact gefragt. Dabei ist sicher entscheidend was und auf welcher Ebene etwas bewirkt werden soll.⁶⁴ Diese Wirkungsorientierung geht vom Content aus, sie weiß aber nicht, ob der Impact bei den Zielgruppen relevant ist oder nicht. In Anlehnung an die Diskussion zur Impact-Messung von transformativer Forschung⁶⁵ wäre die Besonderheit der journalistischen Arbeit, dass sie sich auch auf die Transformationsmechanismen in den spezifischen Feldern konzentriert, in denen Veränderungen ausgelöst werden sollen. Leitfragen lauten hier: Was und wer treiben die Veränderungsprozesse an?⁶⁶ Welcher jeweils entsprechende Content könnte eine Rolle spielen? Welches sind die Zielgruppen und über welche Kommunikationsformate sind sie erreichbar?

Aus unserer Sicht folgt Impact-Journalismus nicht nur dem ersten, sondern beiden Impactverständnissen, dem inside-out und dem outside-in. „Das Problem ist, dass alle zu eng über Impact denken. Wir müssen darüber diskutieren, um verschiedene Arten gesellschaftlicher

⁶³ Clean Energy Wire setzt „beim wissenschaftlichen Konsens an und verfolgt das Konzept des Public-Service oder Haltungsjournalismus“ Martha Otwinowski, Symposium 10.12.2018.

⁶⁴ Wollen gemeinnützige Rechercheinitiativen etwa politischen Makro-Wandel erreichen, sollten sie sich Medienpartner suchen, die eine große Reichweite haben und von Entscheider*innen gelesen werden, wie etwa der Spiegel, DIE ZEIT, die FAZ. Wollen sie Bürger*innen aufklären oder aktivieren, sind lokale Medienpartner*innen sinnvoller, die als glaubwürdig gelten und etwa die Menschen einer bestimmten Region oder Bewohner*innen im Umfeld eines Missstandes erreichen. Geht es um einen gesellschaftlichen Kulturwandel sind auf allen Ebenen entsprechende Allianzen zwischen Promotoren und Medien anzustreben.

⁶⁵ Uwe Schneidewind, Annika Rehm. Vom inside-out zum outside-in. GAIA Nr. 28/2(2019), S. 168 ff.

⁶⁶ Der Antrieb kann aus sehr unterschiedlichen Gründen kommen: Sind es Fragen der Daseinsvorsorge und regionaler Resilienz, technologischer Innovationen, Veränderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen, Änderung von Einstellungen (Mindshifts)?

Veränderung wertzuschätzen – eine ist nicht besser als eine andere“, so Lindsay Green-Barber.⁶⁷

In diesem Sinn verfolgt der Impact-Journalismus ein Programm (und nicht nur ein journalistisches Ereignis) in der gesellschaftlichen Kommunikation, das sowohl konkrete Transformationsfelder adressiert als auch die (Hinter)Gründe der Großen Transformation vermittelt. Er will zum informierten Handeln in vulnerablen Strukturen und Situationen hinleiten, will Bewegungen initiieren, begleiten und kommunikativ unterstützen.⁶⁸ Die besondere Herausforderung besteht darin, dass er wechselseitig konkrete Lern- und Auseinandersetzungsprozesse in Transformationsfeldern befeuert sowie auf die Muster gesellschaftlicher Problemwahrnehmung und -deutung sowie die Narrative einwirkt⁶⁹. Letzteres meint, dass der kulturelle Wandel, den nachhaltige Entwicklung ~~wohl~~ ausmacht, nicht ohne eine paradigmatische Wandlung der Weltsicht⁷⁰ möglich ist. Deren Stichworte sind Erd- und Langzeitverantwortung, ein neues Niveau von Komplexität und die Natur als handelndes Subjekt.

Das setzt Kontinuität voraus, die mehr ist als zeitlich begrenzte Informationsinitiativen, die max. ein Strohfeuer entfachen können. Die weiteren und über die Merkmale des Konstruktiven Journalismus hinausführenden Merkmale sind: *Eine starke Orientierung an zukünftig wahrscheinlichen Zuständen der Gesellschaft und ihres Metabolismus mit der Natur*. Denn Zukunftswissen Orientierungswissen und Zukunftsbilder stellen den Referenzrahmen für heutiges Handeln her.⁷¹ Zugleich ist diese Orientierung zwingend, um Institutionen und Individuen auf Zukunftssituationen vorzubereiten und die Teilhabefähigkeit an den Transformationen zu sichern.⁷²

⁶⁷ Journalist, 26.7.2018, Nr. 11/2018 . Aus ihrer Sicht sind bei der Impact-Betrachtung Effekte auf der Mikroebene, die etwa das Wissen, die Einstellung oder das Verhalten des Publikums beeinflussen, von Effekten beim Meso-Wandel, der beispielsweise den öffentlichen Diskurs verändert oder eine Community aktiviert, und der Ebene der Makro-Wirkung auf institutioneller Ebene, wie Regierungsreaktionen oder Gesetzesänderungen zu unterscheiden.

⁶⁸ Es gibt dazu schon gute Einzelbeispiele. Michael Pollan (US-amerikanischer Wissenschaftsjournalist), hat wesentlich das Thema Ernährung für die Transformationsdebatte erschlossen, hinsichtlich des Themas Nahrungsmittelverschwendung gelang dies Valentin Thurn mit seinen Büchern und Filmen zumindest in Deutschland. Beide haben ihren Content mit transmedialen, zeitlich langgezogenen Interventionen und Erzählweisen verbreitet. Michael Pollan. *Cooked: A Natural History of Transformation.*, New York City: Penguin Press, 2013; Valentin Thurn. *Taste the Waste: Rezepte und Ideen für Essensretter*. Mit Gundula Oertel. Köln: Kiepenheuer & Witsch 2012 So ganz neu ist der Ansatz nicht. Auch im heutigen journalistischen Mainstream wird er verfolgt. Henryk M. Broder nennt das Kampagnenjournalismus. Henryk M. Broder. Kampagnenjournalismus? Ja! In: Die Welt. 25. Februar 2013, S. 3

⁶⁹ Borner, Joachim: Akzeptanz und Narrative - Kommunikationswissenschaftliche Perspektive Reflexion der Erfahrungen in Reallaboransätzen in Mecklenburg-Vorpommern. In: Fraune, Cornelia / Knodt, Michèle / Gözl, Sebastain und Katharina Langer (Hrsg.) (2019): Akzeptanz und politische Partizipation in der Energietransformation. Gesellschaftliche Herausforderungen jenseits von Technik und Ressourcenausstattung. Wiesbaden: Springer VS, S. 353-276.

⁷⁰ Die Sicht auf die Welt war in der Renaissance die Zentralperspektive. Mit dem Fotoapparat wurde diese Sicht „demokratischer“. In unserem Kontext meint Veränderung der Weltsicht die Ablösung des mechanistischen Weltbildes durch Hyperobjekte.

⁷¹ Torsten Meyer bezeichnet dies als „Hacken von Zukunftscodes“ und die Fähigkeit dazu als Grundkompetenz, um die Komplexität der Systeme zu verstehen und mündig sein zu können. Vortrag vor dem Partnernetz Medien des NAP-BNE im Workshop „Transformation.Digitalisierung.BNE“ am 18.11.2018 in Bonn.

⁷² Diese Forderung stellt auch die Journalistin Cathrine Gyldensted auf. Cathrine Gyldensted: *From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015

4.6 Gestaltungsräume erschließen und kommunizieren

Impact-journalistische Arbeiten thematisieren natürlich das Was und das Wer transformativen Handelns. Sie erkunden aber ebenso das Wo, das Wann und v.a. die Rahmenbedingungen, Spielregeln und institutionellen Neuerungen, die das Gelingen von Transformationen ermöglichen. Das werden nicht die Alten sein. In diesem Zusammenhang und angesichts der Polarisierung in der Gesellschaft, die sich z. B. in der Klimadebatte zeigt, weist Jeff Jarvis auf eine besondere Herausforderung hin:

„Eine der Schlüsselaufgaben von Journalismus in dieser fragmentierten Welt ist es, Brücken zwischen Gemeinschaften zu bauen. Und als Erstes müssen wir die Orte schaffen, an denen sich diese Gemeinschaften bilden können.“⁷³

4.7 (Auch) Regionale und lokale Ausrichtung

Die Bürgerbewegungen in den ländlichen Windenergieregionen Deutschlands, die sich dem Feld der Energiewende widersetzen, sind Zeigerinstrumente dafür, dass die Kommunikation zur Energiewende – und sicher nicht nur sie – unzureichend ist.⁷⁴ Einer der Gründe liegt in der Bürger*innenferne journalistischer Beiträge zu Themen nachhaltiger Entwicklung. Jeff Jarris sieht das sogar grundsätzlich:

„Ich glaube aber immer noch, dass die Zukunft der Medien in ihrer Relevanz und in ihrem Nutzwert liegt. Das bedeutet, wir müssen die Menschen in unserer Region kennen. Sie sind keine anonyme Masse. Mit dem Tod des Gutenberg-Zeitalters kommt der Tod der Idee, dass unsere Leser eine Masse sind.“⁷⁵

Die Nähe zu konkreten Zielgruppen und ihre Anbindung ist ein wichtiger Merkposten. Beim Impact-Journalismus bedeutet das sowohl eine Anbindung der Unterstützer*innen und Interessierten an die Journalist*innen (wie es bei den Riff-Reportern zu finden ist), als auch eine Anbindung von Journalist*innen an Bewegungen.⁷⁶

4.8 Kuratierung

Impact-Journalismus fokussiert ein Problem der neuen Informationsgesellschaft, das es im Zeitalter der klassischen Massenmedien (Presse, Fernsehen und Rundfunk) nicht gab: In der Zeit vor dem Durchbruch des Internets waren Informationen überwiegend ein knappes Gut; heute herrscht ein Überangebot von Informationen, in dem die Nutzer*innen zu versinken

⁷³ Zitiert in: Journalist, 26.7.2018, Nr. 11/2018

⁷⁴ Die im Energiebarometer seit 2017 erhobenen Bewertungen zur Umsetzung der Energiewende zeigen 2018 einen Anstieg der mit „schlecht“ eingestuften Einschätzung von 33% auf 43%. Setton, D., Matuschke, I. und Renn, O. (2019). Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energiewende 2017. Kernaussagen und Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse. IASS Potsdam.

⁷⁵ Zitiert in: Journalist, 26.7.2018, Nr. 11/2018

⁷⁶ Der Parteienforscher Karl-Rudolf Korte sieht da einen Paradigmenwechsel: „Wir haben unterschiedliche Generationen von Öffentlichkeit, die sich auch unterschiedlicher Formate des Politischen bedienen wollen. Sie formen eine Volksparteien-Demokratie in eine Bewegungsdemokratie.“ Zitiert in: Brüggemann, A., AKK? LOL!!!=D=D=D. In: Der Freitag Nr. 23, 6.Juni 2019,

drohen (Information Overload, Information Obesity). Die Kuratierung von Themen wird in der Neuausrichtung des Journalismus immer wichtiger. Das bedeutet, dass ein bestimmtes Fortschritthema (z. B. der Wasserstoffantrieb oder die Sektorkopplung) beginnend von den ersten Berichten – die auch durch eigene Pionier-Recherchen generiert werden können – kontinuierlich weiter begleitet wird: durch neue Interviews, sowie Folgebeiträge zur Vertiefung von Einzelaspekten. Zu ihm gehört der Aufbau einer eigenen Bewertungskompetenz auf medialer Seite und die Erstellung entsprechender Artikel und Sendungen, über deren allgemein zugängliche Verbreitung dann gesellschaftliche Öffentlichkeit erzeugt werden kann, die ihrerseits zu politischer Wirkung führen mag. Natürlich bewerten Journalist*innen ständig die Informationen. Mit Bewertungskompetenz ist hier weitergehendes gemeint: Nämlich die Bewertung des Verhältnisses von Herausforderung und Problembewältigung (Passung), die absehbaren Nebenfolgen und Zielkonflikte, die handelnden oder nichthandelnden stakeholder.

4.9 Haltungsjournalismus und Transparenz

Impact-Journalismus betont explizit eine Grundhaltung als Fundament der Arbeit, die sich aus der Universalität nachhaltiger Entwicklung ableitet. Damit verbunden ist eine spezifische Weltsicht. Diese ethische Grundhaltung ist wissensbasiert. In der praktischen Arbeit bedeutet das, dass der/die Impact-Journalist*in diese Grundhaltung transparent macht, also verdeutlicht, mit welcher Weltsicht er oder sie über die großen und kleinen Geschehnisse berichtet. Das bedeutet aber nicht, grundsätzliche Kriterien journalistischen Arbeitens außer Acht zu lassen. Das Gegenteil ist der Fall. Impact-Journalismus, der im Sinn von Outside-in-Wirkung arbeitet, fasst die Meinungen, Erkenntnisse und Forderungen kritisch zusammen und bietet Orientierung. Aber er tut dies, indem er auch sagt, aus welchen Gründen (Inhalt) und mit welcher Motivation er das tut. Wenn Jochen Bittner schreibt: „Journalisten sorgen dafür, dass die Demokratie wehrhaft bleibt, indem sie im Meinungsstreit gute Argumente von schlechten trennen, nicht indem sie sich zum Teil eines Argumentes machen“⁷⁷, dann lässt er offen, auf welcher Entscheidungsbasis gute von schlechten Argumenten getrennt werden und dadurch Orientierung gegeben, also Meinung gemacht wird.⁷⁸ Das Bundesverfassungsgericht hat die Rolle der Journalist*innen in seinem Spiegel-Urteil so beschrieben: „Soll der Bürger politische Entscheidungen treffen, muss er umfassend informiert sein, aber auch die Meinungen kennen und gegeneinander abwägen können, die andere sich gebildet haben. Die Presse hält diese ständige Diskussion in Gang; sie beschafft die Informationen, nimmt selbst dazu Stellung und wirkt damit als orientierende Kraft in der öffentlichen Auseinandersetzung. [...] Sie fasst die in der Gesellschaft und ihren Gruppen unaufhörlich sich neu bildenden Meinungen und Forderungen zusammen.“⁷⁹ Impact-Journalismus macht die Weltsicht deutlich, auf deren Grundlage Stellung bezogen und orientiert – also ge- und bewertet wird, ohne seine kritische Rolle aufzugeben. Diese Weltsicht versteht Transformation zu sozialen Praktiken nachhaltiger

⁷⁷ Jochen Bittner. Fahnen runter. Ein Plädoyer gegen den Haltungsjournalismus. DIE ZEIT Nr. 16, 11. April 2019, S. 7

⁷⁸ „Man drückt sich vor politischer Äußerung, und dann tut man es doch ständig.“ Ines Schwerdtner. Die vierte Wand muss weg. Der Freitag Nr 34, 22. August 2019, S. 7

⁷⁹ Zitiert in Jochen Bittner. Ebenda S. 7

Entwicklung als einen Kulturwandel, an dem alle gesellschaftlichen Teilbereiche und Bürger*innen beteiligt sind. Sie meint nicht die Einengung auf staatliche Politiken.

4.10 Beziehung zu Bürgerjournalismus

Partizipativer Journalismus ist eine Form, bei der die Zivilgesellschaft mittels eigener Medien am gesellschaftlichen Diskurs teilnimmt und dabei eine aktive Rolle beim Recherchieren, Analysieren, Berichten und bei der Verbreitung und dem agenda setting einnimmt. Impact-Journalismus kann Schnittmengen zu dieser journalistischen Form haben. Erstens im Sinne der Outside-in-Wirkung, wenn durch bürgerwissenschaftliche Recherchen Informationen und Themen deutlich werden, die im öffentlichen Diskurs noch keine Beachtung finden. (Bürgerwissenschaftliche Expertise ist in naturwissenschaftlich-ökologischen Themenfeldern seit langem eine wichtige Informationsquelle – vor allem in lokalen bzw. regionalen Räumen.) Zweitens sind Kooperationen vorstellbar, durch die bürgerschaftlicher Journalismus durch Expertise bereichert wird und diese Expertise dadurch zu Zielgruppen gelangt, die vorher nicht zu erreichen waren. Drittens bieten sich bei konkreten Transformationsmaßnahmen, wie z. B. regionalen Klimaschutzinitiativen oder Maßnahmen zur nachhaltigen Stadt, Allianzen an, durch die eine breite informative und diskursive Begleitung der Maßnahmen gewährleistet werden kann.⁸⁰

4.11 Crossmediale Berichterstattung

Im Zusammenhang mit dem Bürgerschaftlichen Journalismus, der heute vor allem über Weblogs, Podcasts und Videoplattformen agiert, ist die crossmediale Kommunikation, die die zielgruppengenaue Verbreitung des Contents ermöglicht, sicher nicht ein eigenes Merkmal des Impact-Journalismus, aber ein hinreichendes. Zielgruppengenaue Verbreitung bedeutet auch Reichweiten auszudehnen. Vor allem aber erlauben diese Medien einen konzeptuellen Dialog. „Was Youtuber wie Rezo den meisten Redaktionen voraushaben, ist der enge und sorgfältig gepflegte Austausch mit den eigenen Nutzern. Kontakt auf Augenhöhe also, statt von Social-Media-Teams moderierte Kommentarspalten.“⁸¹ Das, was Impact-Journalist*innen vom üblichen Journalismus unterscheidet ist, dass sie bewusst in die Debatte selbst miteinsteigen, den Dialog aufnehmen und Reaktionen und Kommentare zu einem ihrer Bericht zum Anlass nehmen, weiter zu recherchieren und einen neuen Beitrag zu liefern, mit dem der Diskurs stabilisiert wird.

4.12 Fachkompetenz für nachhaltige Entwicklung und große Transformation

Es scheint, dass die Überforderung im öffentlichen Diskurs zu nachhaltiger Entwicklung und Großer Transformation auch damit zu tun hat, dass sich Journalist*innen zu wenig inhaltlich – und zwar sowohl von der naturwissenschaftlichen als auch, und das ist ein anderes Feld, von

⁸⁰ Möglicherweise ähnelt diese Kooperation der der Vernetzung von professioneller Wissenschaft und Citizen Science in realen Transformationsprozessen (Modellregionen, Reallabore). Dort besteht die Notwendigkeit, unterschiedliche Wissenstypen zusammen zu binden, um die verlaufende Transformation zeitnah lesen zu können.

⁸¹ Alexander Graf: Rezo d'Étre. Journalismus und Youtube. In: taz 30.5.2019 <https://taz.de/Journalismus-und-Youtube/!5596528/>

der gesellschaftlichen Perspektive – mit nachhaltiger Entwicklung, ihren normativen Herausforderungen und den vielfältigen sozioökonomischen und soziokulturellen Zielkonflikten und Nebenfolgen befasst haben. Impact-journalistisches Arbeiten, egal von welchem Fachressort hergeschrieben wird, verlangt explizites Grundwissen darüber und die Selbstverpflichtung, sich permanent zu qualifizieren.⁸²

4.13 Gedankenspiele zur Operationalisierung impact-journalistischen Arbeitens.

4.13.1 Gedankenspiel 1

Der Impact-Journalist und die Impact-Journalistin nehmen möglicherweise ihre Artikel gleichsam »selbst in die Hand« und verbreiten sie »im Direktversand« an diejenigen Stellen (Institutionen, Personen), von denen bekannt ist, dass sie sich für das Thema interessieren und die Positionen innehaben, in denen sie auch Entscheidungen treffen können, um bei bestimmten Problemlagen entsprechende Lösungen zu generieren. Hier werden z. B. die Adressen angeschrieben, zu denen in der Recherchephase Kontakt aufgenommen worden war. Denn dort, so die Annahme, besteht überdurchschnittliches Interesse an den daraus entstandenen Medienberichten. Eigentlich ist das gängige Prinzip seriöser journalistischer Arbeit. Was hier aber hinzukommt ist der dialogische Ansatz, der agenda setting zum Ziel hat. Dem Verdacht des Lobbyismus entzieht sich diese Arbeitsweise dann, wenn sie transparent gemacht wird und eigene Interessen nicht verfolgt werden.

An erster Stelle steht das subjektive Engagement der Journalist*innen, sich in die aktive Verbreitung ihrer Artikel zu begeben. Diese Bereitschaft könnte durch verschiedene Gratifikationsmodelle unterstützt werden, die vom Verlag oder von Unterstützern finanziert werden. Hier deutet sich auch eine Veränderung im Geschäftsmodell dergestalt an, dass es nicht mehr um die Exklusivität des Beitrages, sondern um dessen Verbreitung geht.

Zweitens sollte die Verbreitung durch organisatorische Kooperation mit Netzwerken (Verbänden) und technischen Infrastrukturen (Datenplattformen, Datenjournalismus) unterstützt werden.

Drittens sind auch Bedarfe seitens der Gesellschaft („Darüber müsste geschrieben werden“, Aktion „Der blinde Fleck“⁸³) in Impact-Aktionen umzumünzen.

Viertens ist eine Wirkungsforschung aufzubauen, die evaluiert, ob es tatsächlich Effekte der Veränderung gegeben hat, wenn ja, wie stark bei welchem Vorgehen, oder ob alles wie vorher

⁸² Das Gespräch von Jakob Augstein mit der Klima- und Wetterwissenschaftlerin Otte macht den Lernbedarf deutlich. https://www.radioeins.de/programm/index.htm/psdoc=%21content%21rbb%21rad%21programm%21sendungen%21sendungen%21353%211909%21190916_20_00_radioeins_und_freitag_salon_6512.html

⁸³ Hierbei geht es um vermeintlich ausgesparte oder nicht wahrgenommene Themen oder Perspektiven beim Handeln von Akteuren bzw. bei der Berichterstattung. <https://www.stiftungen.org/de/aktuelles/blog-beitraege/blinder-fleck-die-klimakrise-als-krise-aller-krisen.html> <https://www.boell.de/de/2018/09/27/wachstum-der-klimawissenschaft-ein-blinder-fleck>

geblieben ist. Hier besteht die Gefahr eines Rezipitations- und reinen, quantitativen Scorings, wie in den Wissenschaften.

4.13.2 Gedankenspiel 2

In einer zweiten, dann bereits elaborierteren Stufe stehen den Impact-Journalist*innen Verbreitungskanäle zur Verfügung, die zuvor als Infrastruktur für verschiedene Themenbereiche (z. B. die 17 SDGs) erstellt wurden. In diesen Verzeichnissen sind Adressen und Ansprechpartner*innen aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und zivilgesellschaftliche Organisationen aggregiert, die prioritär informiert und einbezogen werden sollen.

Ein Beispiel: Ein/eine Journalist*in hat mit einer Gruppe von Bürgerforscher*innen aus dem Bereich der Insektenkunde einen Bericht über neue Erkenntnisse zur Lage der Insekten in einer bestimmten Region verfasst, der unter anderem auch Forderungen nach Veränderungen in der landwirtschaftlichen Praxis enthält. Dieser Artikel wird dann über öffentlich zugängliche Verzeichnisse unter anderem an die entomologischen Forschungseinrichtungen und andere Citizen-Science-Gruppen in Deutschland, an die Bauernverbände in den Bundesländern, die Umwelt-NGOs, die naturschutz- und landwirtschaftspolitischen Sprecher*innen der Bundestags- und Landtagsfraktionen geschickt. Dies zugleich mit der Bitte um Stellungnahme, was in ihrem Tätigkeitsbereich zur Verbesserung des Insektenschutzes unternommen wird oder werden kann. Den Impact-Journalist*innen geht es um die Generierung von Wirkungen, von Veränderungen. Wenn diese ausbleiben, werden in einer nächsten Berichtsschleife die Gründe der Blockaden bzw. der fehlenden Wirkungen thematisiert. War die Darstellung zu unverständlich? Fehlten relevante Fakten oder Hintergrundbezüge, um Entscheidungsträger*innen zum Handeln zu veranlassen. Wurden die tatsächlich wichtigen Entscheidungsträger*innen zu diesem Thema nicht erreicht? Oder ergaben sich Umstände im Folgekontext, die Entscheidungsträger*innen veranlassten, doch besser nicht aktiv zu werden? Dies sind einige der Fragen, die in einem Nachfolgebericht behandelt werden würden.

Die mögliche Gefahr besteht hier darin, dass ohne eine irgendwie geartete Resonanzschwelle, ohne Gemessenheit einige Empfängergruppen überfrachtet werden.

4.13.3 Gedankenspiel 3

Reallabore sind transdisziplinäre, realweltliche Erkundungsverfahren für komplexe und dynamische sozioökonomische und kulturelle Prozesse, die mit von Stakeholdern oder/und Wissenschaftler*innen (gemeinsam) eingeleiteten Transformationsmaßnahmen (wie z.B. regionale Implementierung von Maßnahmen der Sektorkopplung energetischer Systeme) stattfinden. Der Erfolg dieser Implementierungen hängt stark von Akzeptanz und Beteiligung in der Bevölkerung und von den betroffenen Stakeholdern ab. Nun spielen in Reallaboren, Kommunikationsprozesse sowie die Kultur der Auseinandersetzung und der Willens- und Entscheidungsfindung eine wesentliche Rolle, denn es geht ja um Veränderungen sozialer Praktiken. Auf diese Kommunikationen Einfluss zu nehmen, in dem die Veränderungen plausibel begründet werden, der Effekt konkret verdeutlicht wird und Zielkonflikte benannt und

deren Bewältigung beschrieben und ausgehandelt werden, ist eine der Rollen, die Reallabore in Transformationsprozessen einnehmen sollen.

Aus der Perspektive des Impact-Journalismus ist der Reallaboransatz in mindestens zwei Optionen deshalb interessant, weil er Wissenschaft, praktische Expertise, Zielvorstellung sowie Dialog- und Verbreitungsanspruch gleichsam institutionell verbindet. Journalistisch-kommunikative Arbeit ist bislang eher ein Appendix und nur darauf ausgelegt, der Öffentlichkeit mitzuteilen, was durch die Transformationsmaßnahme verändert wird. Wird jedoch die Kommunikation in das Zentrum der Arbeit des Reallabors eingebunden, könnte der katalytische Effekt, den Reallabore für Transformationsprozesse haben können, verstärkt werden. Die Gefahr, die dieser Ansatz in sich birgt, kann im Dominanzverhalten der beteiligten Wissenschaftler*innen liegen, wenn diese den Prozess als vorrangige Forschung und nicht als realweltliche Veränderung deuten (Stichwort: Akademisierung).

Ein Beispiel: Auf der lokalen Ebene könnte ein Bericht über ein örtliches Umweltproblem am Anfang stehen. Dann wird in einer ersten Schleife dieser Bericht an 40-50 Akteure und Entscheiderinnen in Politik, Verwaltung, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft geschickt, mit zwei Bitten: 1. um sachliche Ergänzungen, 2. Beantwortung der Frage: Was muss nach Lage der Dinge nun geschehen und was können Sie persönlich dazu beitragen? Die Rückmeldungen werden zusammengefügt und zum Teil crossmedial an andere Akteur*innen weitergeleitet. (etwa: Wenn Repräsentant*innen kommunaler Institutionen, wie Stadtverordnetenversammlung oder Parlamentsfraktion, die Auffassung vertreten: „Wir können das Thema erst in zwei Monaten behandeln“. Dann müsste das die Bürgerinitiative, die sich mit dem Umweltproblem befasst, sofort erfahren, um etwa Unterschriften für eine Sondersitzung des Parlaments sammeln zu können). Impact-Journalismus will nicht nur Informationen über Probleme und Lösungen zielgenauer verbreiten. Er will auch zu einer Beschleunigung von lösungsorientiertem Handeln beitragen.

Es kommt zu einer zweiten Schleife, die zunächst in einem Artikel die bisherigen Entwicklungen (durch den Impact der 1. Runde) zusammenfasst. Dieser Artikel kann in einem öffentlichen Medium wie etwa dem „Offenen Kanal“ oder der regionalen Bürgerzeitung erscheinen, um gesellschaftliche Öffentlichkeit und Bewusstheit zu dem Thema in der Region zu erzeugen. Die Informationen werden parallel in einer zweiten Verbreitungsschleife ebenfalls wieder an zentrale Akteure geschickt.

4.13.4 Gedankenspiel 4

Offensichtlich reicht es für die Bewertung des Impact-Journalismus nicht aus, die Perspektive der Journalistin oder des Journalisten zu wählen. Eher zeichnet sich ab, dass sich impact-journalistisches Arbeiten nur über Strukturen von transdisziplinären Allianzen realisieren lässt. Ähnlich wie bei der Ausbildung von Journalist*innen eine Medienakademie mit spezifischem Curriculum und Lernarrangement für transformative Nachhaltigkeitskommunikation gefordert

wird⁸⁴, geht es hier um stabile Arbeitsstrukturen, die im neuen Sinn verlegerisch handeln, jedoch weitergehende Funktionen erfüllen und in einer anderen Arbeitsteilung als in Redaktionen wirken, nämlich von Journalist*innen, Wissenschaftler*innen, „Hacker*innen“, Aktivist*innen, Kommunikations- und Medienexpert*innen, (Entscheidern).⁸⁵

4.14 Arbeitsweise der Institutionen

Impact-journalistische Institutionen werden, wie das die Riffreporter schon ansatzweise zeigen, sich thematisch oder/und temporär organisieren, und zwar so, dass das Kompetenzprofil der Institution dem Thema und Ziel der Kommunikation und der angestrebten Veränderung entspricht. Die dazu notwendige (Wissens-)Infrastruktur schaffen bzw. bündeln sie zielgruppen- und zweckorientiert. Sie arbeiten nicht mehr nur in einem Medium oder Medienformat, sondern in einem sogenannten Mash up von Inhalten, aber auch von unterschiedlichen Kanälen und Diskursen. Diese transmediale Kommunikationsarbeit ist strategisch angelegt, die Beiträge ergänzen sich, wechseln die Perspektive, sind tagesaktuell und subjektiv.

Ein wesentlicher Punkt ist dabei die transparente Darstellung, sowohl der eigenen Grundhaltung (Positionierung), als auch der Recherche und der Wissensbasis (Ansatz Mediendoktor Umwelt der Universität Dortmund), sowie die Vermittlung nachhaltiger Entwicklung als ein Fortschrittsnarrativ. Transparenz dem/der Leser*in gegenüber ist die Basis der Glaubwürdigkeit. Wahrscheinlich verschmelzen in dieser Art des Kommunizierens Wissenschaftskommunikation und Journalismus, und zwar dadurch, dass in Kollaboration von Wissenschaftler*innen und Journalist*innen (und Aktivist*innen) die Beiträge erbracht werden⁸⁶, um die journalistische Qualität zu sichern.

4.15 Infrastruktur

Diese institutionelle Form impact-journalistischer Arbeit kann auf einer bundesweiten „Infrastruktur auf der Metaebene von Stiftungen, von Hochschulen und Universitäten, aber auch auf den ersten Berufsverband mit dem Netzwerk Weitblick sowie noch flankiert von konkreten Punkten wie Medienpreis u.a. aufsetzen. „Die ist aber [...] volatil, also nicht haltbar.“⁸⁷ Für Impact-Journalismus wie für die journalistische Arbeit in der Nachhaltigkeitskommunikation schlechthin „muss man sich die Frage stellen, ob es nicht die Verantwortung öffentlicher Träger und Hochschulen ist [...] diese volatile Infrastruktur auf eine fundierte, tragbare und nachhaltige Grundlage zu stellen“.⁸⁸ Gerade für regionale journalistische Impactarbeit bietet sich die Konstruktion der Medienräte an, über die sich z. B. Recherchezeiten und eigene Qualifizierungen finanzieren lassen. Universitäten und

⁸⁴ Dieser Vorschlag kommt von Prof. Dr T. Schäfer, Hochschule Darmstadt (Siehe Anlage ? oder woher kommt das Zitat?)

⁸⁵ Siehe auch: <https://berlinergazette.de/brian-abelson-news-nerd/>

⁸⁶ Siehe dazu auch Gregor Walter-Drop: „Man schützt das Klima am besten, indem man kinderlos bleibt, 58,6 Tonnen CO₂ pro Jahr lassen sich so einsparen, heißt es. So ein Unsinn.“ In: Die Zeit Nr.13, 21. März 2019, S. 35

⁸⁷ T. Schäfer, Symposium am 10.12.2018, Protokoll

⁸⁸ ebenda

Forschungseinrichtungen könnten ebenfalls infrastrukturelle Träger sein, wenn sie das Budget der Öffentlichkeitsarbeit nicht allein für das Marketing ihrer Einrichtung, sondern für die gesellschaftliche Kommunikation ihrer Forschungsergebnisse aus der Nachhaltigkeitsforschung einsetzen würden.

Die Gefahr, die sich hier abzeichnet, ist die der Isolation oder Abgrenzung vom allgemeinen journalistischen Geschehen. Etwas Besonderes zu sein, anstatt etwas Ergänzendes, lässt sich nur vermeiden, wenn sich die Institution bewusst mit den anderen transformativen Veränderungsbewegungen im Journalismus vernetzt.

4.16 Abschließende Reflexion

Die vorangegangene Sondierung lässt folgende Schlüsse zu:

- Im Feld nachhaltiger Entwicklung und Großer Transformation besteht ein großer Bedarf an neuen Kommunikationsformen. Politisch-gesellschaftliches Handeln stellt sich angesichts des Problemdrucks zu zögerlich her. Deshalb stellt sich diese Frage auch nach neuen Formen der vierten Macht. Die Medien(häuser) werden sich bewegen müssen.
- Es existieren bereits eine Vielzahl von journalistischen Initiativen, Kollektiven und Experimenten, die sich, oft im Kontext der Großen Herausforderungen, der eigenen Transformation stellen. Das Potenzial darin scheint groß zu sein. Welchen Umfang dieses hat und welche spezifischen Ausformungen erfolgversprechend sind, muss weiter sondiert werden.
- Die noch lose und wenig zusammenhängenden konzeptionellen Überlegungen zum Impact-Journalismus und seine möglichen Merkmale wurden im Diskurs bekräftigt. Doch auch hier braucht es weitere Forschung, die das Feld der Wissenschaftskommunikation und der transformativen Wissenschaft (mit deren Bildungsanspruch) einbezieht.
- Die Gedankenspiele zur Operationalisierung von Impact-Journalismus erscheinen, so wie sie bislang präsentiert werden, als wenig realisierbar und auch noch zu wenig innovativ. Gerade dieser Bereich aber ist entscheidend für praktische Veränderungen in einer wirkungsorientierten Berichterstattung.

Die nachfolgenden offenen Fragen spiegeln Themen in Diskursen innerhalb des Journalismus wider, die darauf hinweisen, dass sich das journalistische Selbstverständnis und nicht nur mediale Geschäftsmodelle verändern:

- Ist das Starten und Framen eines Themas, um eine Debatte und politisches und wirtschaftliches Handeln anzustoßen und dauerhaft auf der Tagesordnung zu halten nicht angreifbar und letztlich kontraproduktiv?
- Wird mit dem Anspruch, ein Programm und Bewegungen zu initiieren nicht dem Prinzip der Neutralität und Objektivität journalistischen Arbeitens widersprochen?

- Braucht es dafür nicht eine umfangreiche Infrastruktur an wissenschaftlichen und dennoch tagesaktuellen Wissensbeständen?
- Erfordert der impact-journalistische Ansatz nicht eine dezidierte, begründete Zielgruppenorientierung und daran anschließend die Dekonstruktion der binären Codierung (Ansprache und Verständigungsleistung)?
- Sind nicht der Zweck und das Motiv, Zielgruppen direkt anzusprechen, stärker dabei zu beachten, über was berichtet wird und wie?
- Wer trifft die Auswahl? Und wie werden die Informationen verteilt?
- Ist der Flaschenhals wirklich die fehlende Information bei Entscheidungsträger*innen? Sind damit Entscheidungsträger*innen die Adressat*innen oder sind es nicht eher die Betroffenen, die anzusprechen und zu bewegen wären, um politischen Druck zu erzeugen?
- Ist das Problem der Stagnation weniger fehlendes Wissen als die Anbindung von Entscheider*innen an eine Weltanschauung und ihrer Spielregeln?
- Braucht es statt immer gleicher Erzählungen nicht viel eher Varianten, die aus unterschiedlichen Perspektiven das Thema beleuchten?

Ist das journalistische Selbstverständnis nicht eher das von Chronist*innen, für die die Verbreitung und erst recht nicht die dauerhafte oder permanente Verbreitung (und Intervention) des Themas nicht relevant sind? Oder ist es beim transformativen Nachhaltigkeitsjournalismus anders?

5 Das Potenzial von Narrationen im Impact-Journalismus

Dieser Abschnitt dient nicht dazu, Journalist*innen das Storytelling zu erklären, denn sie erzählen bereits Geschichten. Was er jedoch anstrebt, ist, den Zusammenhang oder die Erzähllinie zwischen einer Geschichte und dem dahinterliegenden Narrativ deutlich zu machen. Damit ist zu diskutieren, welche Wirkungen Geschichten/Erzählungen zur Transformation nachhaltiger Entwicklung auslösen, wenn deren Subtext noch einer des fossilen Zeitalters ist.

Dieser Abschnitt dient aber, in Richtung Wissenschaftskommunikation gesprochen, der Aufforderung, sich aus gutem Grund auch für erzählende Kommunikationsformen kompetent zu machen.

Schließlich soll er nicht implizit den Eindruck erwecken, dass impactjournalistisches Arbeiten nur erzählender Journalismus sei. Dieser Eindruck wäre nicht richtig. Impact-Journalist*innen arbeiten auch investigativ, datenjournalistisch, in Kooperation mit Bürgerjournalist*innen u. a. m. Das war jedoch nicht Auftrag dieser Sondierungsstudie und muss gesondert untersucht werden.

5.1 Zum Verständnis von Narrationen in der Nachhaltigkeitskommunikation

„Politik ist auch die Kunst der Kommunikation. Wer eine große Reform machen will, wer die Bevölkerung zu einer gemeinsamen Unternehmung motivieren möchte, der braucht eine Erzählung. Das Klein-Klein in Merkels Klimapaket benötigt eine mitreißende Story.“⁸⁹

In der Annahme, dass impactjournalistisches Arbeiten reales, experimentelles und kontinuierliches Arbeiten ist, in dem Zukunft – hier verstanden als eine nachhaltige Gesellschaftsform – wieder zu einer Kategorie des Politischen und Kulturellen wird, spielen Erzählungen und dahinterliegende Narrative eine neue Rolle. Und zwar

- in einem breiten Anwendungsverständnis narrativer Möglichkeiten (datenbasiertes, infografisches, dokufiktionales und serielles Erzählen u. a.),
- im Sinne eines systemischen Erzählens, das vom im Hintergrund liegenden Narrativ Nachhaltiger Entwicklung seine Erzähllinie entwickelt und zudem Wirkungsketten und sogenannte trade offs wie etwa Konflikte zwischen Umweltschutz und Arbeitsplatzsicherung einbezieht
- nicht im Sinn nur einer einzelnen Geschichte (storytelling), sondern im Sinn von einer Vielzahl von Erzählungen, die sich zu einem Geschichtenuniversum (storyworld) bei Leser*innen, Hörer*innen, Zuschauer*innen verdichten.

In der Lakoff'schen Denkschule gibt es den Ansatz, dass unser gewöhnliches konzeptuelles System, in dem wir sowohl denken als auch handeln, grundsätzlich metaphorischer Natur ist. Metaphern sind nicht nur eine Frage der Sprache, d.h. der bloßen Worte. Im Gegenteil sind

⁸⁹ <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/klimapaket-von-union-und-spd-erklaert-uns-euren-weg-kommentar-a-1287933.html>

menschliche Denkprozesse weitgehend metaphorisch. „Wir nutzen diese Metaphern, um moralische Fragen zu framen, um sie zu interpretieren, sie zu verstehen und um ihre Konsequenzen abzuschätzen“⁹⁰. Das macht einen wesentlichen Bezug zu den Narrativen aus. Lakoff sagt, dass wir unsere unausgesprochenen Narrative über Metaphern vermitteln. (Die Green Economy beispielsweise hat das Narrativ des Wachstumspfad im Hintergrund.) Und er sagt zweitens, dass wir nur durch die ständige Wiederholung neuer sprachlicher Muster der Transformation über längere Zeit hinweg den neuen Frames⁹¹ der Nachhaltigkeit kognitiv Geltung verschaffen und damit zu einer realistischen Wahrnehmungsalternative werden lassen können.

Während in den Diskussionen zur Nachhaltigkeitskommunikation der Fokus auf der Rezeptionsseite liegt, also über Medienanalyse, Wahrnehmungen und Einstellungen der Öffentlichkeit beraten wird, erscheint bei der Betrachtung erzählerischer Kommunikation auch der Absender mit seiner Perspektive und seiner Intention⁹².

Wirkung hat journalistische Arbeit also nicht nur dann, wenn die Metapher zur Wirklichkeit passt, sondern wenn sie auch zum Absender passt. Ein Beispiel dieses Ansatzes ist Kontext TV, ein unabhängiges Nachrichtenmagazin, das 2009 von David Goeßmann und Fabian Scheidler in Berlin gegründet wurde. Kontext TV sendet regelmäßig über Internet und nicht-kommerzielle Radio- und TV-Stationen Hintergrundinformationen zu drängenden Gegenwarts- und Zukunftsthemen wie Klimawandel, Krieg und Frieden, Finanzkrise, soziale Gerechtigkeit und Migration. Zu Wort kommen kritische Stimmen aus dem In- und Ausland, die in den Mainstreammedien zu wenig gehört werden. Beispielsweise George Monbiot vom Guardian, Tim Gore oder Kevin Anderson.⁹³

Schließlich geht es darum, Partner*innen in den Kommunikationsprozessen zu haben, die von Parteien oder der Regierung unabhängige Institutionen des Wissens sind (Teil der Absender). Und die es beispielsweise lernen müssen, Allgemeinverständliches zu der existenziellen Frage der gesundheitlichen Beeinträchtigung durch Stickoxide erzählen zu können. („Im Kern geht es ja darum, ob man Todesfälle aus statistischen Berechnungen herleiten kann. Das ist keine triviale Frage, aber auf dieser Annahme basiert die Umwelttoxikologie seit Jahren.“⁹⁴)

⁹⁰ Lakoff, G. (1996): *Moral Politics*. University of Chicago Press. S. 44.

⁹¹ Das meint eine fakten- und situationsadäquate, korrekte Sprache.

⁹² Diese Intention schimmert immer auch beim journalistischen Storytelling durch. Hilfreicher für die öffentliche Diskussion wäre es, wenn sich der Erzählende ehrlich machen würde, indem er oder sie seine Weltsicht offen legen würde.

⁹³ <http://www.kontext-tv.de/de/sendungen/george-monbiot-entfremdung-umweltkollaps-und-die-suche-nach-einem-neuen-narrativ>

⁹⁴ <http://taz.de/Verbraucherzentralen-Chef-ueber-Oekologie/!5573999/>

5.2 Narrative Kommunikationsansätze und -formate, die für Impact-Journalismus geeignet sind – Erzähllinien

Dieser Abschnitt meint und bezweckt, die Kohärenz von Geschichten und Erzählungen mit dem Narrativ aufzuzeigen und darauf zu verweisen, dass in jeglicher Kommunikation, umso mehr in journalistischen Arbeiten, auf diese Kohärenz oder Stimmigkeit aus Gründen journalistischer Qualitätsansprüche zu achten ist.⁹⁵

Mit der Identifizierung und Gestaltung von hybriden Erzähllinien für impact-journalistische Interventionen sind zwei Aufgaben verbunden:

Zum einen geht es darum, überhaupt erst einmal zu erkennen, wie die herkömmlichen Erzähllinien verlaufen und wo sie abbrechen. Zum anderen geht es darum, vertikal kohärente Erzähllinien neu zu entwerfen, die von einer nachhaltigeren Lebensweise erzählen. Ein Anliegen dieser Studie ist es in diesem Sinne, für passende, nutzbare *Erzähllinien als Konstrukt einer Transformation* zu einer nachhaltigeren Gesellschaft zu werben. Impact-journalistisches Arbeiten bedeutet dann in einem engeren Verständnis von Lernen über Kommunikation, transformative Unterschiede in den Erzähllinien entdecken und gestalten zu können. Die Entdeckung der transformativen Unterschiede setzt gleichwohl voraus, dass eine *Entwicklungslogik* vorhanden und erkennbar ist, um Transformationen von Regressionen unterscheiden zu können.

Mit dem Impuls, Transformation als Neukonzipierung ganzer Erzähllinien zu konstruieren, tauchte plötzlich der Begriff der Narrative und der Erzählungen an vielen Orten und in vielen Gesprächen auf. Vermutlich versuchen viele Menschen mit dieser begrifflichen Unterscheidung den Zeitgeist und die dahinter liegenden dauerhaften Phänomene herauszuarbeiten. Wenn die Philosophie schon intensiver damit beschäftigt ist, herauszuarbeiten, dass *Selbsterzählungen* und Erzählungen ein Format sind, sich selbst zu erkennen⁹⁶, dann drückt sich in dem häufiger vorkommenden Begriff der Narrative vielleicht ein tiefes Bedürfnis der Zeit aus, *sich* selbst zu erkennen: Was erzählen wir uns immer wieder über das Bedeutungs ganze? Diese Frage ist nur eine andere Erscheinungsform der sokratischen Frage: Wie sollen wir leben? An Geschichten oder an Erzähllinien richten sich daher zwei widerstreitende Ansprüche: etwas über sich selbst oder ein System zu erfahren und zugleich zu entwerfen, worauf es ankommt⁹⁷. Aus dieser Polarität schöpfen Geschichten die Energie, die uns dazu bringt, diese Geschichte immer wieder zu erzählen.

Erzählen diente in der Menschheitsgeschichte schon immer der Welt- und der Selbsterklärung. Als sich die Wissenschaften aus der erzählenden Welterklärung lösten und in die bilderfreie und erfahrungslose, aber kausale Darstellung der Welt hineinwuchsen, blieb die Literatur mit ihren Geschichten übrig. Die neuen technischen Möglichkeiten für Filme und Videos führen zu

95 Müller-Christ, G. (2017): Wirtschaftswissenschaftliche Transformation als Bildungsaufgabe. Nachhaltigkeits-Narrative neu erzählen können. In: Pfriem, R. u.a. (Hrsg.): Transformative Wirtschaftswissenschaft im Kontext nachhaltiger Entwicklung. Marburg, S. 397-420.

96 Thomä, D. (1998): Erzähle dich selbst. Lebensgeschichte als philosophisches Problem. München.

97 Ebenda, S. 15.

einer regelrechten Explosion von fiktiven Erzählungen sowie von Kleinst Erzählungen, die beispielsweise mit dem Handy aufgenommen werden.

Wenn wir uns im Weiteren mit Geschichten, Erzählungen und Narrativen beschäftigen, dann habe wir diesen Blickwinkel nicht aus den Höhen und Ebenen der Literaturwissenschaft, die sich analytisch mit den Strukturen von Erzählungen beschäftigen. Wir beziehen uns mehr auf den Kommunikationskontext, der schon seit einigen Jahren mit dem Konzept arbeitet, dass Identitäten von Menschen und Systemen aus dem Stoff der Erzählungen sind, die aus der Innen- und Außenperspektive mitgeteilt werden. Veränderte Umwelten und Kontexte erfordern die Weiterentwicklung von Identitäten und somit die Neu- oder Anderserzählung der eigenen Geschichte oder der von außen erzählten Geschichte.⁹⁸

Da Kommunikation, Lernen und Beratung⁹⁹ schon immer auf Veränderung ausgerichtet sind, ist der Transformationsgedanke hier viel anschlussfähiger als an die Literaturwissenschaft. Gleichwohl werden Geschichten im Beratungskontext vor allem deshalb eingesetzt, weil sie ähnliche Lebensbotschaften in der Kraft des Bildes transportieren und so die emotionale Seite des Menschen erreichen und aufschließen.

Warum fällt hier mehrfach der Begriff Beratung? Weil Impact-Journalismus sehr wohl auch beratende Funktionen übernehmen müsste. Natürlich in anderer Weise, als es traditionelles Coaching und übliche Beratung in individuellen Gesprächen tun.

Der analytische Vorteil, Identitäten oder Selbstverständnisse als Summe von Erzählungen zu modellieren, liegt in der Vielfalt der Zugänge, Veränderungen herbeizuführen. Menschen und Institutionen erzählen sich nicht nur Geschichten über sich selbst (Selbstwahrnehmung), sie hören auch Geschichten der anderen über sich (Fremdwahrnehmung) und sie sind eingebettet in die Geschichten ihres Kontexts (bspw. Geschichten über ihre Nationalität, ihr Geschlecht oder ihre Branche und Produkte). Das Entscheidende an diesen Geschichten liegt in ihrer Zukunftsbezogenheit: Auch wenn die Geschichten Erlebnisse und Erfahrungen der Vergangenheit zum Gegenstand haben, so definieren sie doch den Möglichkeitsraum für zukünftige Aktionen des Menschen oder der Institution. Der Möglichkeitsraum ist der Raum, der Transformation eine zeitliche Richtung gibt.

Um diesem Möglichkeitsraum näher zu kommen, ist es sinnvoll eine Unterscheidung zwischen den Begriffen Geschichte/Erzählung und Erzählen sowie Narrativ zu treffen. Für den Transformationskontext scheint die Unterscheidung sehr wichtig zu sein.

Was also ist die Grundstruktur einer Geschichte? Sie ist keine Beschreibung. In dieser wird analytisch ein Sachverhalt dargestellt, ohne dass es eine Veränderung gibt. Eine Veränderung verweist auf einen Ablauf, damit auf eine Aneinanderreihung von mindestens zwei Ereignissen und damit auf eine Differenz von einem Anfangs- zu einem Endzustand. Im

98 Pestalozzi-Bridel, A. (2011): Worte sind Silber – was ist Gold? Heilsame Geschichten entwickeln in Körper, Bild und Sprache. Ein integratives psychotherapeutisches Konzept. Stuttgart.

99 Unter Beratung fassen wir hier den Bereich, der Lebens-, Orientierungs- und Bildungsberatung umfasst.

Veränderungskontext von Kommunikation durch impact-journalistisches Arbeiten geht es eher darum, welches Ereignis die Differenz von Anfangs- und Endzustand herbeigeführt hat. Unabhängig davon ist die relativ schlichte Grundstruktur einer Geschichte die Folgende: Es gibt eine Anfangssituation, ein Ereignis und eine Endsituation. In komplexen Geschichten gibt es viele Ereignisse, die teilweise zeitlich nacheinander und teilweise gleichzeitig ablaufen und ein multiples Gewirr von Wirkungen hervorrufen. Wir gehen davon aus, dass eine Geschichte dann eine horizontale Kohärenz hat, wenn die Hörer-* oder Leser*innen Anfangszustand, Ereignis und Endzustand in einem stimmigen Zusammenhang wahrnehmen. Im Alltag heißt es dann, dass die Geschichte einen roten Faden hat.

Eine Erzähllinie konzipieren wir als eine vertikale Kohärenz der Dimensionen von Geschichte, Erzählung, Metaerzählung und Narrativ.¹⁰⁰ Diese vertikale Kohärenz nehmen die Hörer*innen oder Leser*innen einer Erzähllinie dann wahr, wenn die Erzähllinie vollständig von der konkreten Geschichte bis zum tieferliegenden Narrativ geht und keine logischen Brüche zwischen den Sphären auftauchen. Vielleicht könnten wir dies in Analogie und mit Blick auf das Nachhaltigkeitsthema einen grünen Faden nennen.

Die Dimensionen lassen sich wie folgt umschreiben:

Eine Geschichte ist dann eine Geschichte, wenn es einen konkreten Protagonisten oder eine Heldin gibt, die sich in einem Anfangszustand befand, dann ein Ereignis bewirkte oder davon betroffen wurde und dann in einem veränderten Endzustand ist. Diese Protagonistin oder der Held kann ein Mensch oder eine Institution sein und zumeist kommen rund um die Ereignisse noch zahlreiche weitere Akteure und Akteurinnen vor. Der Protagonist oder die Heldin sind jedoch von besonderer Bedeutung, weil sie als Mittelpunkt der Geschichte zugleich Mittelpunkt oder Teil von Erzählungen sind. Erzählungen stellen den Kontext für Geschichten dar, d. h. viele Geschichten können Teil einer größeren Erzählung sein.

Erzählungen bieten den Rahmen für Geschichten, um ihnen auf der nächsthöheren Abstraktionsstufe Bedeutung oder Rechtfertigung zu verleihen. Die Erzählung trägt das Motiv für das Ereignis in der Geschichte und verleiht ihm Bedeutsamkeit. Der Protagonist oder die Heldin verbinden sich in der Geschichte mit einem abstrakteren Anliegen und werden Teil einer umfassenderen Erzählung. Ein Unternehmen bettet zum Beispiel sein Handeln in die anderen Geschichten der Branchenpartner ein.

Auf der nächsten Stufe, der Metaerzählung, verliert sich die Spur der Protagonistin oder des Helden und das abstrakte Anliegen der Erzählung wird eingebettet in ausgehandelte Prinzipien, auf die Menschen sich im Verlaufe der Geschichte geeinigt haben oder die sich faktisch legitimiert haben. Auf der gesellschaftlichen Seite sind beispielsweise die Prinzipien der französischen Revolution (Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit) oder die Demokratie zu den Metaerzählungen geworden, die teilweise in den Verfassungen der Länder abgebildet sind. Die Volkswirtschaftslehre beruht auf der Metaerzählungen von Wohlstand durch Wachstum oder

¹⁰⁰ Es gibt auch Ansätze, die Erzähllinien in der Kette von Metapher, Erzählung, Narrativ sehen.

heute in schon angepasster Erzählform: Wohlstandssicherung durch Wachstum. Die Betriebswirtschaftslehre lebt von der Metaerzählung vom Gewinn als oberstes Ziel des erwerbswirtschaftlichen Handelns. Klimaschutz hingegen ist eine Metaerzählung für intergenerationelle Gerechtigkeit. Eine solche ist verbunden mit einer tief verankerten Grundannahme über das So-Sein des Lebens.

Das Narrativ ist eine mitlaufende, aber selten offen erzählte, zumeist kontextarme Grundannahme, die einer Erzähllinie Bedeutung gibt. Sie muss nicht mehr zwangsläufig die Struktur einer Geschichte mit Anfangszustand, Ereignis, Endzustand haben. Narrative leben im Unbewussten der Menschen und Institutionen und werden meistens nur dann in Beratungs- und Therapiesituationen thematisiert, wenn Mensch oder Institution für die gegebene Situation sehr unangemessene Verhaltensweisen zeigen. Dabei stellt sich dann heraus, dass diese erlernten Programme der Vergangenheit oder auch unbewussten Selbsterzählungen über den eigenen Wert erst einmal bewusst gemacht werden müssen, um eine Chance für Veränderung zu bekommen. In den Narrativen leben die paradigmatischen Grundüberzeugungen von Individuen und Institutionen. Narrative bauen das energetische Feld auf, in das eine Identität hineinwächst.

Erzähllinien haben explizite und implizite Inhalte, so ähnlich wie die Erde, die eine helle Tag- und eine dunkle Nachtseite hat. Die Vermutung liegt nahe, dass Geschichte und Erzählung als der Teil der Linie, die den Wirklichkeitsraum abbilden, häufig auf der hellen Seite liegen und explizit sind. Die Metaerzählungen und Narrative, die den Möglichkeitsraum dieser Linie umschließen, werden häufig auf der dunklen Seite gelassen.¹⁰¹ Man kann das sehr schlicht bei den Warenpreisen sehen, die die externen Kosten, d.h. Schäden in der Umwelt nicht widerspiegeln.

5.3 Transformative literacy

Die Nachhaltige Entwicklung stellt Veränderungen dar, die im konzeptionellen Verständnis der Großen Transformation¹⁰² angelegt sein wollen.¹⁰³ In dieser Großen Transformation sollen systemisch Pfade in eine nachhaltige Gesellschaft einschließlich passender institutioneller Innovationen, technologischer Entwicklungen, Investitionsmuster und Wohlfahrtsverständnisse ausgeleuchtet und eingeschlagen werden. Es liegt in diesem Ansatz¹⁰⁴, dass wir es in erster Linie gar nicht so sehr mit technologischen Transformationen zu tun haben, wie es den Anschein hat, sondern eher mit einem sozioökonomischen und soziokulturellen Wandel, der Produktions- und Verhaltensweisen neu definiert sowie Rollen im wirtschaftlichen und konsumtiven Bereich neu verteilt. Ein Beispiel dafür ist der/die „Prosument*in“. Dabei handelt es sich um Konsument*innen, die zugleich Produzent*innen im

101 Müller, M. (2017): Einführung in die narrative Methode der Organisationsberatung. Heidelberg.

102 WBGU, 2011, Welt im Wandel – Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation. Berlin. Download unter www.wbgu.de

103 <https://www.polsoz.fu-berlin.de/polwiss/forschung/systeme/ffu/forschung/politikfelder/energiewende/index.html>

104 Dem kommunizierten Ansatz ist gemein, dass er a) ebenso komplex ist wie die Nachhaltigkeitskonzepte und b), dass er annimmt und voraussetzt, dass der Umbau (Große Transformation) der Gesellschaft als das Gemeinschaftswerk einer informierten Bürgergesellschaft geschieht. Das ist natürlich normativ.

selben Feld sind. Das ist etwa bei der Eigenproduktion regenerativer Energien in Haushalten und Unternehmen der Fall.

Da dieser Wandel also nicht nur eine infrastrukturelle Innovation ist, sondern beispielsweise Nutzungsgewohnheiten, regionale Daseinsvorsorgen, konsumtives Verhalten, klimakulturelle Grundhaltungen und Muster adressiert, wird er zur Gemeinschaftsaufgabe der Gesellschaft. Damit der Wandel gelingt, sind Gesellschaften darauf angewiesen, dass eine ausreichend große Zahl von Akteur*innen aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Bürgerschaft die Informationen zu Nachhaltigkeit und Transformation, zu deren Gründen und deren Folgen, zu strukturellen De- und Rekonstruktionen und kulturellen Wandlungsprozessen verstehen, deuten können und sich lernend in den Prozess einbringen wollen. Diesen paradigmatischen Wandel konzeptionell und begründet zu verstehen sowie die Fähigkeit, notwendige und wünschenswerte Ziele des Wandels ebenso wie mögliche Zielkonflikte sowie die Akteure in ihren interessenbedingten unterschiedlichen Rollen und Wirkungsmöglichkeiten »lesen« zu können, wird mit dem Begriff „transformative literacy“ beschrieben.¹⁰⁵ Die Herausforderung besteht darin, diesen paradigmatischen Wandel auch in den Narrativen, d. h. den in orientierende emotionale Grundströmungen der Weltsicht übersetzten paradigmatischen Wandel, lesen zu lernen und Kommunikations- sowie Lernformate und -kulturen zu aktivieren, die den Wandel auch der Narrative befördern.¹⁰⁶

5.4 Aktivierende Funktion des Impact-Journalismus

Die entsprechende Kommunikation hat also nicht nur Nachhaltigkeitsthemen an Menschen zu vermitteln und das Agenda Setting für die Große Transformation zu betreiben, sondern auch Partizipation an gesellschaftlichen Such-, Lern- und Gestaltungsprozessen anzustiften, in Bewegung zu setzen bzw. vorhandene Bewegungen zu befördern.

Angesichts der komplexen Struktur Nachhaltiger Entwicklung lässt sich Exaktheit – ein Wesensmerkmal unserer Kultur mit entsprechend großer Bedeutung analytischen und wissenschaftlichen Wissens – nur durch die Reduktion der Sachverhalte erreichen. In Lernprozessen besteht dadurch die Gefahr, dass die größeren (auch historischen) Beziehungs- und Bedeutungszusammenhänge verloren gehen. Wollen wir Sinn schaffen, brauchen wir den narrativen Modus, der die Komplexität erhält und der Orientierung und Identifikationsmöglichkeiten anbietet.

Am 19.12.2013 wurde auf SpiegelOnline ein Interview mit Randy Olson veröffentlicht, in dem er das Versagen der Klimakommunikation anhand von Al Gores „Eine unbequeme Wahrheit“ thematisiert wird: Dieser Film „hatte so gut wie keine Erzählstruktur, und es gelang ihm nicht, eine interessante und fesselnde Geschichte zu erzählen. [...] Man hätte eine interessante Geschichte erzählen können, die eine interessante Frage aufwirft und uns dann auf der Suche nach einer Antwort auf eine spannende Reise mitnimmt. Man hätte mit einer ganz einfachen

105 Schneidewind, U.(2013): Transformative Literacy. Gesellschaftliche Veränderungsprozesse verstehen und gestalten“. In: GAIA (2/2013), S. 82-86.

106 www.denkwerk-demokratie.de/wp-content/uploads/2013/10/DD_Werkbericht_3.pdf

Fragestellung beginnen können: „Wie kommt es, dass die Welt beim Ozonloch – dem ersten Phänomen, das unsere Erdatmosphäre bedrohte – so vorbildlich reagierte, bei der Erderwärmung dagegen nicht?“ So hätte ein sehr guter, aufrüttelnder und erkenntnisreicher Dokumentarfilm aufgebaut sein können.“ Und auf die Frage, wie es gelingen könnte, die Klimakommunikation doch noch in Form zu bringen, antwortet Olson: „Ich befürchte ja, dass es dafür bereits zu spät und dass die Marke ruiniert ist. [...] Was fehlt ist der erzählerische Instinkt.“¹⁰⁷

Seit den 1980er-Jahren hat sich in der Kognitionspsychologie und den Erziehungswissenschaften die Erkenntnis durchgesetzt, dass Lernprozesse durch den Einsatz erzählerischer Methoden wirkungsvoll unterstützt werden können. Gerade im Zusammenhang mit den großen gesellschaftlichen Herausforderungen, in denen früher festgefügte Kontexte der Moderne und deren Orientierungskraft verloren gehen, werden narrative Kompetenzen zu einer zentralen Grundausstattung in Lernprozessen nachhaltiger Entwicklung. Diese sind dann nötig, wenn man improvisieren muss und Entwicklung nicht mehr »vom Blatt gespielt« werden kann, oder anders gesagt, wo es nicht mehr um die Gegenwart und ihre Verlängerung geht.

Seit über 30 Jahren steht Nachhaltige Entwicklung auf der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Agenda. Doch handlungsorientierend und wirkmächtig ist sie in der Politik und gesellschaftlichen Alltagskultur nur sehr begrenzt. Und wenn über nachhaltige Entwicklung diskutiert wird, dann gibt es Erzählungen zu nicht-nachhaltigen Erscheinungen oder zu normativen Leitplanken: „was sein müsste“. Nichts wird erzählt, was lebensweltlich erlebbar sein oder werden könnte.

5.5 Was meint das Substantiv Narrativ

In den Zirkeln schulischer und außerschulischer Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE), umweltjournalistischer Interventionen sowie in Kreisen der Wissenschaft, Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft, die sich der Nachhaltigen Entwicklung in irgendeiner Weise verpflichtet fühlen, gibt es eine Reihe gängiger Subtexte, also implizite Orientierungen im Zusammenhang mit nachhaltigen Entwicklungsfragen (SDGs /Entwicklungsstrategie 2030, neuer Gesellschaftsvertrag, die Nachhaltigkeitsvereinbarung von Rio, Planetare Leitplanken usw.). Sprachlich reichen sie in die Gesellschaft zwar hinein (siehe die Umweltbewusstseinsstudien und die breite Anwendung des Nachhaltigkeitsbegriffes in der Politik und Wirtschaft sowie in den Medien). Strukturell und handlungsauslösend wirken sie bislang lediglich in Randbereichen. Aber warum sind sie wenig handlungsauslösend?

Sogenannte Subtexte oder Narrative spiegeln soziokulturelle, kollektive »Vereinbarungen« über Weltansichten und Grundhaltungen¹⁰⁸ wieder, die durch das gegenseitige Erzählen von korrespondierenden Geschichten, durch Re-editieren und Framing im öffentlichen Diskurs entstehen. Ein Narrativ ist eine sinnstiftende Erzählung, die Einfluss hat auf die Art, wie die

107 <http://www.spiegel.de/wissenschaft/kommunikation-interview-mit-randy-olson-zu-klima-pr-und-umweltschutz-a-936204.html> (siehe auch: Olson, R.(2013): Connection: Hollywood Storytelling Meets Critical Thinking)

108 Weltansichten und Grundhaltungen fußen auf einer jeweils spezifischen Wissens- und Wertebasis.

Umwelt wahrgenommen wird. Es transportiert Werte und Emotionen, ist in der Regel auf einen bestimmten Kulturkreis bezogen und unterliegt dem zeitlichen Wandel. In diesem Sinne sind Narrative keine beliebigen Geschichten, sondern etablierte Erzählungen, die schlüssig und mit einer Legitimität versehen sind. Narrative geben gesellschaftliche Orientierung und können Zuversicht vermitteln.¹⁰⁹

Das Problem, dem die Narrative nachhaltiger Entwicklung ausgesetzt sind, ist nicht nur, dass sie in Konkurrenz zu einer Metaerzählung der „fossilen Moderne“ und deren Narrative stehen und damit in ihrer Verbreitung an kulturell-mentale Gegenbilder, Objekte (Aktanten) und Rituale stoßen. Die Ansätze von Nachhaltigkeitsnarrativen sind vor allem deshalb noch zu wenig handlungs- und veränderungsauslösend und gesellschaftlich wirkungsmächtig, weil diese Art der Narrative (einschließlich der Form ihrer Präsentation) weder den Möglichkeitsraum der Großen Transformation lebensweltlich thematisieren noch Ansätze für ein »Transformationsdesign« für die Nachhaltige Entwicklung liefern.¹¹⁰

5.6 Was wäre wichtig

Es ist so banal. Es bedarf der erzählerischen Sinngebung von nachhaltigen Möglichkeitsräumen, in denen, konkrete Zukunftsbilder vor Augen, Wirksamkeit von eigenem und kollektivem Handeln plausibel wird¹¹¹. Von nachhaltiger Entwicklung zu erzählen, heißt nachhaltige Entwicklung als eine spannende Reise in alltagskulturellen Zusammenhängen – aber in einem neuen Gesamtzusammenhang – zu zeigen. Da ist die Regierungspolitik gefragt, die Strategie einer Großen Transformation zu skizzieren und strukturelle Umbrüche, die der Skizze entsprechen, einzuleiten. Wenn diese Skizze dem gesellschaftlichen Risikoempfinden

109 1995 kam durch den Historiker Dan Diner der substantivistische Gebrauch von Narrativ in den Diskurszirkel der Wissenschaften. (Diner, D. (1999): *Kreisläufe. Nationalsozialismus und Gedächtnis*. Berlin) 2014 ist der Begriff dann schon so verbreitet, dass der wissenschaftliche Springer-Verlag den Sammelband „Politische Narrative“ veröffentlichte (<http://www.springer.com/de/book/9783658025809>): „Die zentrale Bedeutung von Narrativen in der Sinnvermittlung menschlicher Kommunikation wird kaum noch bestritten. Politische Narrative finden sich nicht nur in der Literatur und in Bildern, sondern auch in vielfältigen Legitimierungsstrategien und Herrschaftstechniken politischer Akteure.“ (Springer, Ankündigungstext. <https://www.springer.com/de/book/9783658025809>)

Dass nach 2000 im Kontext von Welterkenntnis und -erklärung so vielfältig über Narrative, vor allem über neue bzw. andere Narrative gesprochen und gesucht wird, hängt wohl damit zusammen, dass die Narrative der optimistischen Moderne nicht mehr schlüssig zu sein schienen. Lyotard meinte, dass die Metaerzählungen (Aufklärung, Idealismus, Historismus) politischen Projekten keine Legitimation mehr stiften könnten. (Lyotard, J-F. (1999): *Das postmoderne Wissen*. Passagen, Wien. (orig.: *La Condition postmoderne: Rapport sur le savoir*. Paris 1979) Die Postmoderne (Howe, I. (1959): *Mass Society and Postmodern Fiction*. Partisan Review, S. 420–436) war die kritische Hinterfragung von Metaerzählungen der Moderne schlechthin und zwar hinsichtlich von Zerfallsphänomenen, die sich ab den 1970er-Jahren in vielfältigen Diskursen (Susan Sontag, Michel Foucault, Roland Barthes, Jacques Derrida, Dennis Meadows etc.) widerspiegeln. Offensichtlich ist seit 2000, dass den freier werdenden Raum, den die Metaerzählungen als auch die Erzählungen der Nachkriegszeit schrittweise aufzugeben scheinen, ganz alte Narrative und ein Mix an unterschiedlichsten Mikroerzählungen erobern. Was sie beide gleichermaßen z. Z. bewirken, ist die wissenschaftliche Deutungshoheit über die Welt in Zweifel zu ziehen und damit auch zu zeigen, dass wissenschaftliche Modellierungen der komplexen Weltzustände heute und in der Zukunft allein nicht ausreichen, um Orientierungen zu vermitteln. Dazu braucht es wohl stimmige, sinnstiftende, politische und kulturelle Narrative, die das große Ganze der Nachhaltigkeit als neuen Freiheitsraum beschreiben. In Hariris letztem Buch deutet sich die Notwendigkeit großer Erzählungen, die das kurze „Ende der Geschichte“ (Fukuyama) einläuten, an. Die Sprachlosigkeit, die sich in den Interviews hinsichtlich der Formulierung eines Nachhaltigkeitsnarrativs zeigt, hat hier ihre Erklärung.

110 Das „Klimapaket“ der großen Koalition vom 20.9.2019 ist dafür ein Beleg.

111 Die Methode des „Design Fiction“ bietet sich dafür als grundlegenden Kommunikationsansatz an.

nahekommt, kann sie der Nukleus eines Narrativs sein, an dem sich eine Transformation orientiert.

Andererseits lässt sich die »große Erzählung« nicht allein von oben verordnen. Sie muss auch von unten wachsen. Durch Erzählungen von Protagonist*innen, durch gelungene Projekte, dann durch die Aufnahme dieser Erzählungen durch andere und die praktische Vervielfältigung, durch gegenseitiges Erzählen. Dafür bedarf es neugieriger, verantwortungsbewusster Menschen, die an dem Entstehen dieser neuen Rahmenerzählung aktiv mitwirken wollen. Davon wird viel erzählt.¹¹² Doch diese Verzahnung von oben und von unten ist eine idealtypische Erzählung von Evolution. Einmal lässt sie außen vor, dass sich mutmaßliche Verlierer*innen nicht einfach stillstellen lassen. Zum anderen wird die Macht von Strukturen, die ja noch das alte Narrativ verkörpern, kleingeschrieben. Ehrlich gefragt: Gibt es für die idealtypische Vision von Veränderung in der aktuellen Transformation gesellschaftlich wirksame Resonanzräume? In der Praxis sieht es nicht so gut aus. Entscheidungen zur Errichtung von Windenergietechnologien etwa finden nicht da statt, wo sie installiert werden.¹¹³

5.6.1 Anteil nehmen an nachhaltiger Entwicklung

Die Orientierung, die Narrative geben, geben sie wenig über kognitiv orientierte Informationen und Appelle über Nachhaltigkeit und Transformation - so gezielt, handlungs- und politikrelevant, so wirksamkeitsorientiert sie auch vermittelt werden. Geschichten dagegen stellen Wirklichkeit her und helfen uns, die Welt zu verstehen, indem sie Ideen über Charaktere und Situationen beispielhaft in konkrete Erlebniswelten übertragen. Geschichten können leichter als Informationen die Veränderbarkeit von Welt (Möglichkeitssinn) und die möglichen Handlungslogiken transparent machen. Wir nehmen Anteil daran, wie das Handeln von Personen den Lauf der Dinge beeinflusst hat und beeinflussen kann. Erzählt wird mit einem roten Faden und mit Personen in Handlungssituationen, durch die der/die Rezipient*in nicht nur Wissen über die Veränderbarkeit aufnimmt, sondern sich auch identifiziert. Dieses Erzählen liefert den Stützrahmen (Gerüst/Narrativ), in welchen Details (Fakten) und Intentionen des Erzählers eingewoben werden können. Soll heißen, der grobe Rahmen wird über die Geschichte vorgezeichnet (Subtext), die es erlaubt, Details besser einzuordnen und damit besser zu verstehen.¹¹⁴

5.6.2 Prozesse und Herausforderungen

Diese, grundsätzlich im Journalismus bekannte und benutzte Arbeitsweise bekommt eine **neue Bedeutung durch zwei Prozesse und drei Herausforderungen:**

112 Die K3-Konferenz betonte vor kurzem diesen Aspekt und nannte es den Ausbau horizontaler Kommunikation. <https://k3-klimakongress.org/>

113 Siehe den Roman von Juli Zeh (2016). Unterleuten. München.

114 Negrete und Lartigue (2004). Constructing a Comic to Communicate Scientific Information about Sustainable Development and Natural Resources in Mexico; National Research Council 1999

Prozesse

In den vergangenen Jahren nahmen die wissenschaftlichen Erkenntnisse und Erklärungen über Themen wie Klimawandel, Meeresverschmutzung, Extremwetter u. a. stark zu und wurden entsprechend in den Medien kommuniziert. Die Details im Nachhaltigkeitskontext wurden klarer und eindeutiger – der Rahmen, also das systemische Verständnis der Schnittmengen zwischen den Details aber wurde unklarer und bewirkte eher eine Verunsicherung über Entwicklungspfade nachhaltigen Fortschritts und ihrer Chancen.

Wir haben beispielsweise mit den Zustandsbeschreibungen des Anthropozäns mittels der planetarischen Leitplanken, des ökologischen Fußabdrucks oder des Metamorphose-Ansatzes von Ulrich Beck und szenische Zukunftsperspektiven durch die Wissenschaft eine normative Deutungsform, die eindrücklich darstellt, was wir nicht tun sollten. Denn überschreiten wir diese Grenzen, bekommen wir die möglichen Folgen dargestellt. Bisher vor allem in ökologischen und geologischen Systemen – sehr selten in den sozialen Systemen (Donut-Modell¹¹⁵). Hier besteht ein großes Manko – vor allem in der Diskussion konkreter regionaler/lokaler Folgewirkungen.

Viel grundsätzlicher jedoch ist das Manko an **Beschreibungen darüber, wie innerhalb der Leitplanken gelebt** werden kann, wie z. B. eine Klimakultur im Alltag aussehen könnte. Ohne wissenschaftlichen Zukunftsbildern fehlt uns heute der Referenzrahmen für wirksame Transformationspfade und für deren Akzeptanz in den unterschiedlichen Interessengruppen der Gesellschaft. (Die Erfahrungen aus Reallaboren zur Energiewende und Klimaanpassung sowie des Programms Zukunftsstadt weisen darauf hin.)

Zukunftsorientiertes, szenisches Erzählen ist ein Erzählen aus der Zukunft heraus (Futur 2), welches einem konzeptionellen Ansatz folgt und das Variationen und Ausprägungen in den Bereichen Kontext, Verlauf, Inhalt und Kanal vorsieht¹¹⁶. Wenn Impact-Journalismus entsprechend der Nachfrage aus regionalen Umbruchprozessen bzw. thematischen Handlungsschwerpunkten in Erzählungen der jeweiligen Transformationen breit gefasst werden muss, dann bedeutet das, dass genreübergreifende Variationen des Erzählens entstehen sollten.¹¹⁷

Herausforderungen

Immer wieder haben sozialwissenschaftliche Studien einerseits und die empirische Bildungsforschung andererseits gezeigt, dass die tief verwurzelten Weltanschauungen/Weltsichten der Menschen, also ihre grundlegenden Vorstellungen darüber, wie Gesellschaften in ihren Umwelten organisiert werden sollten, ihre Einstellungen gegenüber

¹¹⁵ Raworth, K. (2017): Die Donut-Ökonomie. München

¹¹⁶ Lugmayr, A./Dal Zotto, C. (Hrsg.) (2004). Media Convergence Handbook – Vol.1. 2016. Wiesbaden

¹¹⁷ Gyldensted, C. (2015): From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism. CreateSpace Independent Publishing Platform

Phänomen wie etwa dem Klimawandel beeinflussen.¹¹⁸ Diese Weltanschauungen verkörpern sich in **Narrativen**.

Nachhaltige Entwicklung braucht, wenn sie wirksam sein soll, ihre eigenen Narrative, die in den öffentlichen Diskursen angestoßen, initiiert und weiter erzählt werden. Das Fehlen dieser neuen Narrative zeigt sich in der Energiewende (insbesondere in der Braunkohlefrage), in der Verkehrs-, aber auch in der Agrarwende. Bildung und Wissen hängen – so das Ergebnis einer Reihe von Studien – negativ mit der Akzeptanz von Wissenschaft zusammen. Dann ist es aber unwahrscheinlich, dass individuelle und institutionelle Einstellungen und Narrative durch zusätzliche Fakten zu verändern sind.¹¹⁹ Es sind eher Erzählungen, die sich für die Vermittlung der Weltsicht Nachhaltiger Entwicklung eignen.

„Wie ist das Narrativ bzw. die Narrative Nachhaltiger Entwicklung?“ ist die eine Frage. „Wie erlangt das Narrativ bzw. das (Zukunfts)Bild seine Bedeutung?“ die zweite.¹²⁰

Die Überführung von Ergebnissen, Beobachtungen und Erkenntnissen in Bilder /Narrationen wirkt mit an der Konstitution von Wissen (schlüssigen Gewissheiten, sozial robustes Wissen). Das schließt geradezu ein, zu fragen, wie bestehende vordergründige Ordnungen, Selbstverständlichkeiten, Konventionen und herrschende Diskurse zugunsten nachhaltiger Entwicklung anders gedacht werden können. (Es braucht gleichsam eine »narrative« Kritik, die herrschende Diskurse unterminiert und Möglichkeiten anderer sozialer Praxis aufzeigt.)

Dabei muss klar sein: Grundlagen der Erkenntnisse zu nachhaltiger Entwicklung sind sogenannte »Vernunftwahrheiten«, die ihren Charakter dadurch bekommen, dass nichtnachhaltige Entwicklungen (z. B. der Klimawandel) als „slow violence“¹²¹, als Katastrophe (Gewalt) ohne Ereignis erscheinen. Oder aus einer anderen Perspektive: dass nachhaltige Entwicklung – als normatives Alternativ zu nichtnachhaltiger Entwicklung, wie sein Gegenteil ein Hyperobjekt¹²² ist, das nicht nur ein Darstellungsproblem, sondern zudem und vor allem ein Vorstellungsproblem hat, wenn es um die Auswirkungen auf Gesellschaften und ihre Kulturen geht.

5.7 Bildungs- und kommunikationstheoretische Abgrenzung von Frames und Narrativen

Bei nachhaltiger Entwicklung in Bildung und Kommunikation werden Deutungsangebote mitgeliefert. Jeder Akt der Bildung und Kommunikation bedarf einer sehr bewussten Auswahl dessen, welche Fakten in den Mittelpunkt und welche in den Hintergrund gehören (Botschaft/Zweck). Der Vorgang der Prioritätensetzung als Teil des Agenda Setting sowie die Kontextualisierung (Botschaftsbegründung) wird mit dem aktiven Tatbestand des sogenannten

¹¹⁸ Lewandowsky, S./ Winkler, B. (2018): Desinformation zum Klimawandel – und was man dagegen tun kann. In: Deutscher Wetterdienst (Hrsg.). Klimakommunikation. Promet Heft 101 (2018), S. 8 – 14.

¹¹⁹ Lewandowski, S. 10

¹²⁰ Barthes, R. (2005): Rhetorik des Bildes. In: ders. Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn, Frankfurt/M.

¹²¹ Nixon, R. (2011): Slow violence and the environmentalism of the poor. Cambridge.

¹²² Morton, T.. (2013): Hyperobjects: Philosophy and Ecology after the End of the World. Minnesota

Framings (Einrahmung) beschrieben. Frames sind von Kommunikator*innen geschaffene Handlungsbögen (Storylines), die helfen zu erkennen, um was es dem Absender oder der Absenderin bei dem Thema geht. Das Einbetten in Rahmen ist nie narrativ neutral. Es ist die weltanschauliche Strategie zur Definition eines Themas und zugleich auch pfadprägend für die angenommene Problemlösung. Aktiv kann also über Frames nachhaltige Entwicklung vermittelt und kommuniziert werden. Doch immer sind diese eingebettet und kritisch reflektiert von Assoziations-, Bedeutungs- und Identitätsnetzen, die durch Narrative geprägt sind und durch die die Botschaften Widerstand oder Fürsprache hervorrufen.

Diese Frames unterliegen kommunikationsstrategischen Bemühungen, mit denen angestrebt wird, die gesellschaftliche Sichtweise zu beeinflussen. Dieser Prozess, ein Thema auf eine bestimmte Art zu rahmen und ganz spezifische Problemaspekte in den Vordergrund zu rücken und andere zu verrücken, ist Teil des Kampfes um die Deutungshoheit.¹²³

Wie relevant die Diskussion zum Framing im Allgemeinen ist, zeigt die Diskussion um das „Framing Manual“ der ARD. Im Kern des Framings geht es dort darum, wie bestimmte Sprachmuster, vor allem Metaphern, einen Deutungsrahmen setzen. Was man auch vermitteln möchte, dann sollte Ihre Kommunikation nicht in Form reiner Faktenargumentation daherkommen, sondern immer auf moralische Frames aufgebaut sein, die jenen Fakten, die Sie als wichtig erachten, Dringlichkeit verleihen und sie aus ihrer Sicht – nicht jener der anderen interpretieren“.¹²⁴

Umgekehrt, für die gesellschaftlichen Akteure heißt das, die Sprachbilder zu überdenken – in unserem Fall hinsichtlich Allem, was mit nachhaltiger Entwicklung verbunden ist. Das Problem dahinter: Der Kontext des Framings ist aus Gegenwartsinteressen abgeleitet – nachhaltige Entwicklung aber ist ein sehr langfristiger Kulturwandel. Wir haben es also nicht nur mit den (interessengeleiteten) Deutungsangeboten zu tun. Es ist auch spannend, woher die Deutungsrahmen für die Kontextualisierung bestimmter Ereignisse kommen, wer also die »Sponsoren« sind, die langfristige Entwicklungspfade festzuzurren versuchen.

Dazwischen chargiert etwas, was eine Art »Trittbrettfaming« ist: Eine Leserzuschrift in der ZEIT beschreibt das so: „meine Bank teilt mir mit, dass Online-Banking nachhaltiger sei als Papierauszüge, mein Stromversorger schickt mir statt einer Ablesekarte nur noch einen QR-Code mit dem Hinweis: Schonen Sie das Klima! Das Finanzamt weist mich darauf hin, dass ich zu den wenigen gehöre, die sich noch nicht umweltfreundlich verhalten und ihre Steuererklärung auf Papier einreichen. Hier wird ein wichtiges Thema, der Umwelt- und Klimaschutz, schamlos instrumentalisiert.“¹²⁵

123 Schlichting, I./Schmidt, A. (2013): Klimawandel und Nachhaltigkeit. Strategische Frames von Unternehmen, politischen Akteuren und zivilgesellschaftlichen Organisationen. In Nielsen, M. / Ritthofer, I./ Grove, M./Ditlevsen, S./Andersen E. & Pollach, I. (Hrsg.) Nachhaltigkeit in der Wirtschaftskommunikation, S. 109 – 133

124 <https://www.sueddeutsche.de/medien/ard-framing-manual-rundfunkbeitrag-sprache-1.4335445>

¹²⁵ Die Zeit Nr. 5 2019, 24.1.2019, S.16

Frames organisieren Kommunikation und sind in den Curricula der Bildungsinstitutionen wie der Redaktionsstuben eingewoben. Es sind bewusst eingesetzte „organisierende Ideen“¹²⁶; eine bestimmte Perspektive auf ein Thema – besser: eine Definition von Problemen und Lösungspfaden, immer verbunden mit einer Bewertung.

Ein aktuelles Beispiel ist die öffentliche Diskussion um die Bewegung Fridays for Future: „Viele Schüler*innen auf der Demonstration in Hamburg zeigen sich genervt davon, dass sie meist nur auf die Schulpflichtdebatte angesprochen werden. „Das finde ich kritisch, weil ich das Gefühl habe, unser Protest wird totalverniedlicht, aber die Relevanz und das Anliegen der Klimabewegung werden nicht gesehen“, sagt beispielsweise die Demonstrantin Viv. Auch Jugendforscher Andreas Karsten übt Kritik: „Hier wird in einem merkwürdigen Automatismus vorausgesetzt, dass die von Erwachsenen festgelegte Schulpflicht die Rechte von Kindern und Jugendlichen auf freie Meinungsäußerung aushebelt. Das ist ganz typisch für eine 'Demokratie der Älteren': Politik wird nicht für und schon gar nicht mit jungen Menschen gemacht – genauso wie eben viele Sendungen, Beiträge und Artikel.“¹²⁷

In der kommunikationswissenschaftlichen Standardliteratur¹²⁸ finden sich Erklärungen für Frames auf zwei Ebenen:

Masterframes: Beispielsweise gibt es „den menschengemachten Klimawandel“ (anthropogener Klimawandel) – hier besteht eine sehr große Schnittmenge zum Narrativbegriff. Diesem Masterframe zugeordnet existieren unterschiedliche Interpretationsrahmen, also Perspektiven auf ein Thema. Diese themenspezifischen Frames beinhalten die Definition von Problemen, eine Bewertung, aber auch Lösungsvorschläge. Themenspezifische Frames sind Deutungen, die in einem kulturellen Kontext Resonanz finden und die als Position oder Argumentlinie interpretiert werden können, das auf einer bestimmten Meinung basiert. Beispiele dafür sind der Unsicherheitsframe: bezüglich der wissenschaftlichen Aussagen; der ökologische Risikoframe; Frame der sozialen Gerechtigkeit mit Stichworten wie climate justice; paradigmatisches Gerechtigkeitsproblem (Asymmetrie zwischen Ursachenverantwortung und Betroffenheit). Die Frage, die immer öfter (aus wissenschaftlicher Perspektive im Kontext dieser Frames) gestellt wird: „Ist Nachhaltigkeit eine Alternative im Kapitalismus oder zum Kapitalismus?“, prägt selbst eigene Frames aus.

Aus kommunikations – und bildungswissenschaftlicher Perspektive scheint es in Zukunft notwendig zu sein, die »Umdeutungen«, also die Verschiebungen der Deutungsrahmen, in denen die Realität betrachtet wird, zu beobachten und aufzudecken. Dieser Prozess des sogenannten Reframings ist in besonderer Weise durch politische Neuordnung und neue Meinungshegemonien (!) von Bedeutung. Eine zentrale Frage dabei: Welche Akteure rücken welche Aspekte eines Problems, verbunden mit bestimmten Lösungen, in den Vordergrund mit

126 Gamson, W. A./ Modigliani, A. (1989): Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.

127 <http://taz.de/Berichterstattung-ueber-Klimademos/!5578836/>

128 https://www.researchgate.net/publication/320473451_Klimawandel_in_den_Medien., <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>

dem Ziel, die eigene Position zu stärken? Und hat die Nachhaltigkeits- und BNE-Gemeinschaft diese Fragestellung verstanden?

Frames als vom Sender abgeschickte „Sinnhorizonte zweiter Art“ (nämlich aus gegenwärtigen Interessenlagen abgeleitete Botschaften; während Narrative weltanschauliche Grundprägungen darstellen), können zu einer produktiven, virulenten gesellschaftlichen Kontroverse verhelfen, wenn sie die wissenschaftlichen Koordinaten der gegenwärtigen Welt in den Diskurs einbringen können. Es ist offen zu wissen, welche die richtigen Frames sind, mit denen man Menschen in ihren Narrativen beibringen will, die Welt zu strukturieren. Aber natürlich ist es eine große und entscheidende Herausforderung für den impactjournalistischen Bereich, ein strategisches Framing anzulegen, um immer wieder die wissenschaftlichen Grunderkenntnisse einer Welt im Umbruch aufzuzeigen und zu thematisieren.

(Natürlich stehen Sinnhorizonte zweiter Art auch Journalist*innen der nicht-nachhaltigen Sichtweise offen – und wir sehen wie es beim impactjournalistischen Arbeiten nicht nur um Agenda Setting und Initiierung von Bewegung, sondern auch um die Behauptung bzw. Eroberung von Deutungsmacht geht.)

Im Unterschied zu Frames sind Narrative ästhetische Orientierungen für die Wahrnehmung der Welt – stehen in einem unmittelbaren Wechselspiel zueinander.

Das Narrativ Nachhaltiger Entwicklung, wenn es heute erzählt werden würde, hat zwei Zugänge: Spuren in der Vergangenheit (Dokumentation der Verursachung und ihrer gesellschaftlichen Begründungen) und Spuren der Zukunft in der Gegenwart durch Fiktionen, Modellierungen, Entwürfe.¹²⁹

Dabei gibt es eine Besonderheit: Dadurch, dass die Phänomene nichtnachhaltiger Entwicklungen – wie der Klimawandel oder die Entwicklungstendenzen, die die planetaren Leitplanken zu überschreiten beginnen – mehr und mehr eine zeitliche Dimension bekommen (Erschöpfung des CO₂ Budgets), scheint „Zeit der nachhaltigen Entwicklung“ ein eigener Bestandteil des Narrativs zu werden.

Die Schlüssigkeit als Charaktermerkmal von Narrativen scheint die Form von sogenannten Decision Making Tools anzunehmen. Letztere sind Kombinationen von Entscheidungshilfsmitteln (Visualisierungen, Metaphern u. a.) und Entscheidungstechniken (Prozesse, Roadmaps). Knapp gesagt eine Art Entscheidungskompass. Darin ist die Zeit im Sinn von Vorstellungen von Zukunft sowie von Zukunft in einem abschätzbaren Zeitraum doppelt relevant. Erst Zukunftsbilder ermöglichen die (gesellschaftliche) Diskussion über erstrebenswerte Zukünfte, einschließlich hinnehmbarer Risiken und Unsicherheiten.

¹²⁹ Das entspricht dem Verursacher- und Vorsorgeprinzip im Umweltschutz.

Über die Vorstellung von Zukünften gibt es in Narrativen die Kraft, auch die Wirklichkeit zu verändern. Es ist zu „fragen, wie Zukunftsfiktionen in die Wirklichkeit eingreifen und welche Formen sie anbieten, um Wirklichkeit wahrzunehmen und zu strukturieren.“¹³⁰

5.8 Zwei Seiten von Nachhaltigkeitsnarrativen

Beschwerlich ist bei der Suche nach dem Nachhaltigkeitsnarrativ, dass es sich – als orientierende Erzählung - nicht von dem Weg dorthin, also der Transformation, dem Prozess des gesellschaftlichen, kulturellen Wandels lösen lässt. Aber versteht man diesen Prozesscharakter, dann „geht es prinzipiell nicht darum zu definieren, was eine umweltverantwortliche Gesellschaft wäre, sondern wie Handlungen ablaufen, in denen man sich um Umweltverantwortlichkeit bemüht und wie dadurch Vorstellungen von „Umweltverantwortlichkeit“ (re)produziert werden, an denen sich weiteres Handeln orientieren kann“¹³¹.

Ulrich Beck hat auf ein Phänomen aufmerksam gemacht, das z. Z. ganz ungeahnte Variationen erfährt: „Die Inszenierung, Erfahrungen und Konflikte des Weltrisikos durchdringen und verändern die Grundlagen des Zusammenlebens und Handelns in allen Bereichen, national und global.“¹³² Die „Reflexivität der Ungewissheit“ bedeutet für ihn: „[...] mit unüberwindlichem Nichtwissen leben“¹³³. Dadurch nimmt die Bedeutungshoheit des Expertenwissens – wesentlicher Faktor der Narrative in der Moderne – ab und die Wissensbeteiligung aller Menschen zu¹³⁴.

Narrative prägen das Bildungs- und Lernverhalten. Das Nachhaltigkeitsnarrativ korrespondiert unmittelbar mit der Entfaltung von „Daseinskompetenzen“, die das Leben durchgängig anbelangen¹³⁵. Paulo Freire bringt die transformative Funktion von Narrativen auf den Punkt: „Die Thematik, die von den Leuten kam, kehrt zurück nicht als Inhalte, die eingelagert werden, sondern als Probleme, die es zu lösen gibt.“¹³⁶ Das ist kommunikatives soziales Lernen. Im umgekehrten Fall geben die Narrative von Curricula und Schulprogrammen Problemdeutungen und Lösungsrichtungen vor.

Narrative Zukunftsbilder sind ein imaginatives Instrument, um über die Gegenwart nachzudenken. Sie sind experimentelle Erzählungen, die hypothetische Wirklichkeiten entwerfen, die ihrerseits dazu dienen, Handlungsoptionen narrativ auszuprobieren.¹³⁷

Wie Tim Lewens in seiner Abhandlung zur Wissenschaft schreibt, „[...]besteht keine Hoffnung, dass [die Wissenschaft] uns jemals alles sagen wird, was wir wissen müssen, um

130 Horn, E. (2014): Zukunft als Katastrophe. Berlin, S. 24.

131 Fuhrer, U./Wölfing, S. (1997): Von den sozialen Grundlagen des Umweltbewusstseins zum verantwortlichen Umwelthandeln: Die sozialpsychologische Dimension globaler Umweltproblematik. Göttingen, S. 39.

132 Beck, U. (2016): Die Metamorphose der Welt. Aus dem Englischen von Frank Jakobzik. Berlin, S.41

133 Ebenda S. 211

134 Ebenda S. 238

135 Krappmann, L. (2002): Untersuchungen zum sozialen Lernen. In: Petillon, H. (Hrsg.): Individuelles und soziales Lernen in der Grundschule – Kindperspektive und pädagogische Konzepte. Opladen.

136 Freire, P. (1990): Pädagogik der Unterdrückten. Bildung als Praxis der Freiheit. Reinbek bei Hamburg. S. 103.

137 Schneider, B. (2018): Klimabilder. Eine Genealogie globaler Bildpolitik von Klima und Klimawandel. Berlin.

unsere Welt zu verstehen, gut zu leben und weise Entscheidungen treffen zu können.“¹³⁸ Nachhaltige Entwicklung findet genau innerhalb kultureller Kontexte von umstrittener Bedeutung statt und nicht in politikfernen und kulturell desinteressierten Räumen.

Statt Nachhaltigkeitswissenschaften zum Ausgangspunkt zu nehmen und zu überlegen, wie man die Aufmerksamkeit von Menschen für Veränderungen erhält – der übliche Zugang zum Narrativ Nachhaltiger Entwicklung – scheint es sinnvoller zu sein, von der normativen Absicht politischer Mobilisierung auszugehen (!) (und dafür das Narrativ zu finden) und dann davon ausgehend nachzudenken, welche Relevanz Nachhaltigkeitswissenschaft haben kann. Die Transformationsmaßnahmen werden nicht durch das bestimmt, was die Wissenschaft als Erkenntnis und Wahrheit darstellt, sondern durch das, was die Menschen denken, dass die Fakten bedeuten, und wie sie diese in Bezug auf ihre eigenen Überzeugungen und Werte interpretieren. Das ist Funktion von Narrativen.

Unwissenheit beheben ist etwas anderes als Anregung zum Wandel geben. Laut der National Academy of Science der USA steht bei komplexen und dynamischen Problemen und Konzepten wie Nachhaltige Entwicklung, das Wissenschaftswissen tendenziell immer hinter den Überzeugungen und Werten der Menschen zurück oder wird vor dem Hintergrund ihrer Überzeugung und Werte neuinterpretiert.¹³⁹ (Dennoch ist Wissenschaftswissen und Wissenschaftsbildung grundlegend.)

Mit anderen Worten: Erzählungen haben das ureigene Potenzial, die Risiken und die mit ihnen verbundenen Folgen und Konflikte zu verdeutlichen. Persönliche Risikowahrnehmungen haben in der Regel einen höheren Einfluss auf Handlungsmotivation. Erzählungen, die die persönliche Bedeutsamkeit der Veränderungen aufzeigen, regionale oder soziokulturelle Hintergründe und Sozialordnungen aufmachen und die Szenarien und gegenwärtige Anzeichen verbinden, sind wirkungsmächtiger als Fakten.

Beispiel: Wenn der britische Ökonom Nicholas Stern den Klimawandel als das „Ergebnis des größten Marktversagens, das die Welt gesehen hat“ bezeichnet¹⁴⁰, bringt er die Personen, die sich emotional und intellektuell mit der freien Marktwirtschaft/dem puren Kapitalismus identifizieren, in ein Dilemma: Sie müssen entweder akzeptieren, dass die Wissenschaft richtig liegt und dass unregulierte Märkte zu Problemen führen, die staatliche Intervention nötig machen. Oder sie lehnen wissenschaftliche Erkenntnisse ab und bleiben bei ihrer Überzeugung, dass unregulierte Märkte am besten Wohlstand schaffen können.

5.9 Erzählen im Impact-Journalismus

Programmatisches oder co-designtes, handlungsanleitendes Erzählen von Zukünften ist im ersten Schritt die Umformulierung sprachlicher Frames (wir verstehen das als Platzhalter für

138 Lewenz, T. (2015): *The Meaning of Science.Polity*. Cambridge, 288 ff.

139 National Academy of Science der USA (2016): *Science Literacy: Concepts, Contexts and Consequences*. Washington, DC, 138 ff.

140 www.theguardian.com/environment/2007/nov/29/climatechange.carbonemissions

Narrative; Wiedererkennbarkeit dahinterliegender Argumente und eben auch narrative Arrangements) zugunsten der Weltsicht und den Handlungsaufforderungen aus Sicht einer nachhaltigen Entwicklung.¹⁴¹ Das Framing markiert die Schnittmenge zwischen den Fakten und den Hintergrunderzählungen. Es setzt Fakten in einen Kontext, der von der jeweiligen Weltsicht und den Erklärungsmustern geprägt ist.¹⁴²

Der zweite Schritt in der Konzentration auf narrativen Impact-Journalismus oder Erzähljournalismus betrifft den **Diskurs** und seine Initiierung (thematische, entkoppelte Aussagesysteme). Nach Viehöfer sind Narrative als strukturierende Kraft auf der Hinterbühne von Diskursen erst zu rekonstruieren. Sie sind nicht einfach in Reinform in Texten oder Bildern vorhanden, sondern sind immer mit anderen Sprachformen und Themen/Phänomenen/Problemen vermischt und darüber in die Diskurse „eingewoben“¹⁴³. Aber über die Diskurse werden sie gegenseitig erzählt, bestätigt, angepasst. Erzähler*innen und Hörer*innen gleichermaßen sichern sich den gemeinsamen Weltbezug, die Weltsicht und den Deutungsrahmen.

Wichtig dabei ist die Episodenstruktur und das sogenannte *emplotment*, d. h. das sinnhafte Aufeinanderbeziehen und dadurch das An- und Zuordnen von Ereignissen. Maarten Hajer hat in den 1990er-Jahren gezeigt, wie die Geschichte vom Sauren Regen eine wichtige Rolle bei der Etablierung eines neuen Verständnisses systematisch-präventiver (nicht mehr fallbezogen-reagierender/ end of the pipe) ökologischer Industriepolitik gespielt hat¹⁴⁴.

Über das »narrative Personal« (Heldin, Antiheld, Helferin) erfährt man unmittelbar das, was das Erzählen von Argumentationen ausmacht: ein Nachzeichnen von menschlichem Handeln (und innerer Handlungslogik), also von Motivzusammenhängen statt bloßer Ereignisketten. Wenn sie in den politischen Raum hineinwirken sollen, bringt die dramatische Komponente Motivation, Werte und Identität der handelnden Personen zusammen und erzählt über soziales Handeln und das Lernen darin. Gerade in Veränderungsprozessen muss der Weltbezug (Narrativ) als gemeinsamer Resonanz- und Designraum immer neu erzeugt und erstritten werden. Insofern sind Narrative konstitutiv für das Politische¹⁴⁵.

Die kausale Konfiguration von Ereignissen, die durch den Akteurs- und Motivationsbezug begründet wird, wird zentral, wenn wir uns für die Wirkmächtigkeit von Narrativen interessieren. Welches Handlungsgerüst und welche thematischen Weichenstellungen ermöglichen oder befördern eine höhere Narrativität, ein passenderes Erzählen? Wie stark ist

141 Maarten A. H. (2016): *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernization and the Policy Process*. 1995. Oxford, S. 62.

142 Ein Leserbrief zeigt wie durch Framing auch Inkohärenzen sichtbar werden können. „Auf Ihrer Titelseite sprechen Sie von dem „Mädchen, das die Welt herausfordert“. Dieses Mädchen macht das, was eigentlich Journalisten machen sollten und seit Jahrzehnten nicht tun: die Aufmerksamkeit auf das wichtigste Problem der Menschheit lenken. Was aber machen die Journalisten der ZEIT? Sie personalisieren das Problem und verniedlichen es dadurch. Nicht Greta Thunberg fordert die Menschheit heraus, sondern die Klimakatastrophe.“ Leserbrief in: *Die Zeit* Nr. 8/2019, S. 16

143 Arnold, M./Dressel, G./Viehöver, W. (Hrsg.) (2012): *Erzählungen im Öffentlichen*. Wiesbaden, S. 86.

144 Hajer, M.A. (2003): *Argumentative Diskursanalyse. Auf der Suche nach Koalitionen, Praktiken und Bedeutung*. In: Keller R., Hirsland A., Schneider W., Viehöver W. (Hrsg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse*. Wiesbaden.

145 Bruner, J. (1991): *The Narrative Construction of Reality*. *Critical Inquiry*, 18, 1-21.

der/die Akteur/in zu betonen, um Subjekt zu bleiben und nicht nur zum Objekt (Opfer) von Veränderung zu werden?

Wenn man die Idee von Bruno Latour aufgreift, wonach ein neuer Akteur in unser Leben und seine Veränderungsprozesse eingetreten ist (der Klimawandel) und ernsthaft als Akteur der Veränderung in den gesellschaftlichen Entwicklungsprozessen agiert. – Wie, durch welche neuen Erzählweisen ist dieser Akteure als Handelnder darzustellen? Mit geläufigen Erzählmustern ist das nicht zu machen.

In konstruktiven Erzählungen fehlen nicht die Akteure, aber meist die Anti-Held*innen. Damit wird den Lern- und Auseinandersetzungsprozessen das Konfliktmoment und die Kontroverse genommen, die jedoch der wesentliche Kern von Transformationsprozessen sind.

Angenehme Emotionen sind es vor allem, die zum Handeln motivieren¹⁴⁶. Hoffnung, Neugier, Freude, Stolz sind solche Emotionen, die

- a) in (szenischen) Visionen (Zukunftsbilder) Gestaltungsräume öffnen und
- b) Wirksamkeitsüberzeugungen entwickeln, die die Gestaltungsräume mit eigenem Handeln füllen. Diese Resonanzräume müssen identifiziert bzw. erstritten werden.
- c) Auseinandersetzung wie Gestaltung brauchen – neben der individuellen Wirksamkeit – vor allem kollektive Wirksamkeitsüberzeugungen und -erfahrungen. Das braucht soziale Identitäten, die Ziele verfolgen, die gemeinsam bestimmt werden.

Impact-journalistisches Arbeiten bezieht Erzähler und Erzählerin mit allem, was sie tun, in die Geschichte mit ein. Ein Leserbrief an die ZEIT verdeutlicht das: „Wie heuchlerisch, solche Berichte zu verfassen und den Untergang der Arten und der Umwelt zu reklamieren, aber gleichzeitig in einer Redaktion zu arbeiten, die der Dekadenz und der Ressourcenverschwendung die Steigbügel hält. Reiseempfehlungen in die entlegensten Winkel, Kreuzfahrten am laufenden Band, seitenfüllende Werbung für spritschluckende SUVs, ein ganzes Magazin mit Luxuschronometer, aber dem einfachen Volk sein Ernährungsverhalten vorhalten! Erkennt wirklich niemand in Ihrer Redaktion diese krassen Widersprüche zwischen dem Wort und dem Handeln?“¹⁴⁷

5.9.1 Warum fiktionale Zukunftserzählungen?

Wissensbasierte Zukunftsnarrationen zu verfassen, die zwingend heutige Herausforderungen und Handlungsnotwendigkeiten thematisieren, wäre eine qualitativ neue Kulturtechnik¹⁴⁸, wenn wir (die industrialisierte, kapitalistische) Menschheit/Gesellschaft unsere aktuellen Handlungsentscheidungen aus der Zukunft ableiten würden (und könnten). Bisher entscheiden

¹⁴⁶ So zu finden in den Ansätzen zur Ästhetik des Widerstandes z.B. bei Peter Weiss oder Alfredo Jarr

¹⁴⁷ Die ZEIT Nr. 5/ 2019, S. 16

¹⁴⁸ Wir reden hier nicht von Erzählungen über allgemeine Wünsche an die Zukunft oder technische Möglichkeiten sondern über für die menschliche Kultur existentielle Veränderungsprozesse und ihrer möglichen, zukünftigen Folgen. Diese Kulturtechnik beschreibt eine neue Wahrnehmungsweise.

wir wie ein Autofahrer, der seine Fahrweise aus dem Blick in den Rückspiegel ableitet (das nennt sich die „unsichtbare Hand des Marktes“).

Diese neue Kulturtechnik heißt: Veränderungen während der Zeit des notwendigen Handelns lesen lernen – auch außerhalb der gewohnten gesellschaftlichen Spielregeln. Und anders als früher: nicht zuerst aus den Erfahrungen heraus, sondern zuerst aus den Zukunftsbildern, also der wünschenswerten Gestaltung und Bewältigung der globalen/regionalen Trends von Umbrüchen, abgeleitet. Wünschenswert ist ein Synonym für Überleben und Souveränität gesellschaftlichen Überlebens.

Erzählungen und Argumentationen kommen bislang und in der Regel als Beschreibungen negativer Folgen des Klimawandels, der Ressourcenknappheit etc. daher. Die normativen Forderungen, die die genialen Bilder der planetarischen Leitplanken vermitteln, sind nicht übersetzt – nicht übersetzt in sinnvolle, kluge, ursachenbezogene Orientierungen alltagskultureller Umbrüche.

Was wir dagegen unisono haben, ist eine Resignation, eine Akzeptanz der Welt, wie sie ist. Vor radikalen Vorstellungen wird sich verschlossen, wird gewarnt. Doch was sind zu Ende gedacht die Daten zur Energieversorgung der Zukunft, zu den Klimafolgen, die planetarischen und sozialen Leitplanken anderes als radikale Veränderungsaufforderungen?

Auf die (zynische) Spitze getrieben hat das aktuelle Narrativ die Präambel:

„Wir“ machen so weiter, vielleicht langt es noch, so lange wir leben.

„Wir“ müssen unseren alten Erfolgspfad wiederentdecken. „Irgendwann hat unsere Nation den falschen Weg eingeschlagen – also zurück zum nationalen: „Ich zuerst“. – All das in einer globalen Welt.

5.9.2 Erzählungen aus der Zukunft

Wäre es nicht dringend angeraten, Erzählungen zu schaffen, die (wissensbasiert) Energie- und Klimakulturen (also handlungs- und gestaltungsfähigen Umgang mit den Ursachen und Folgen des Klimawandels) zeigen? Die so sinnstiftend, bunt, realistisch, kontrovers und visionär sind, dass sie die grelle Erzählung der heutigen Zeit, die Utopie des Kapitalismus, zu überlagern vermögen – mit all den Kontroversen, Konflikten und Sorgen?

Anders als in der bisherigen Kulturgeschichte der Menschen sind es die Zeichen und Erzählungen der Zukunft, die uns Präferenzen für heutiges Handeln geben. Sonst bleiben wir im „alternativlosen“ und permanenten Krisenmanagement. Dieses Erzählen aus der Zukunft ist eine ungeheure, kreative Anstrengung. Sie fordert die Schulung unseres Möglichkeitssinnes. Zu dem Sinn und der Fähigkeit, sich mögliche Zukünfte vorzustellen, gehört auch die, sich der Gegenwehr der Interessengruppen in den heutigen Machtstrukturen klar zu werden.

Wenn wir Zukunft und die Transformation erst »lesen lernen können«, indem wir sie gestalten, dann sind fertige, abgeschlossene Erzählungen, wie sie in hierarchischen Gesellschaften

dominieren und von oben nach unten (top down) erzählt werden, wenig zielführend. – Ja, sie unterliegen der Gefahr, Zukunft nur als verlängerte Gegenwart zu beschreiben.

Erzählungen, die das Suchen und Lernen miteinschließen, sind offene Geschichten, die verändert, korrigiert, repariert, re-editiert werden können, die Perspektivwechsel ertragen und Kontroversen als Produktivkraft organisieren.

Transmediales Erzählen ist so ein offenes Erzählen und serielle Narrationen¹⁴⁹ wie etwa „Die unsichtbaren Städte“ von Italo Calvino¹⁵⁰, ermöglichen es, Geschichten immer wieder von vorn zu erzählen, ohne die Vorgängererzählung außer Kraft zu setzen. Transmediales Storytelling ist eine Form des Erzählens, die eine Geschichte über verschiedene Medien (Bild, Ton, Text) hinweg erzählt. Alle können partizipativ zur Erzählung über soziale Medien beitragen. Die unterschiedlichen Medien bieten verschiedene Einstiege in die Erzählung. Die Möglichkeiten des Eingreifens gehen über die bloße Auswahl von Optionen hinaus, indem eigener Inhalt erstellt und die Geschichte aktiv mitgestaltet und revidiert werden kann. Bekanntes Beispiel in der Populärkultur ist die Saga „Die Tribute von Panem“. Dabei wird nicht nur eine Plattform, wie zum Beispiel das Kino und damit ein bestimmtes Publikum bedient, sondern das Konstrukt der Erzählung auf das Internet ausgedehnt. Oft sieht diese sogenannte virale Erweiterung so aus, dass Internetseiten mit Informationen zur Lebenswelt der Charaktere bestückt werden. Das Capitol, die fiktive Regierung der Welt in dieser Saga, hat eine eigene Webseite, wo über das lokale Wetter in den Distrikten berichtet wird und das staatliche Fernsehen zum Streamen verfügbar ist. Außerdem war es möglich, sich der Revolution im Film über soziale Netzwerke wie Instagram und Twitter anzuschließen. Mit dem transmedialen Geschichtenerzählen wurde die Identifikation und damit das Bedürfnis, dem mehrteiligen Kinofilm zu folgen, verstärkt. Wichtig für das transmediale Storytelling ist nach dem amerikanischen Medienwissenschaftler Henry Jenkins¹⁵¹, dass es sich im günstigsten Fall um ein Narrativ handelt, das so groß ist, dass es von einem Medium nicht erschöpfend transportiert werden kann. Dann lässt sich mit der kanadischen Medienwissenschaftlerin Marie-Laure Ryan von einer „Storyworld“ sprechen.¹⁵²

¹⁴⁹ Serielles Erzählen im Kontext dieser Studie meint das wissensbasierte, wiederholte Erzählen mit Variationen, also das Erzählen von Zukünften. Dabei wird jedoch das Prinzip der ewigen Wiederkehr des Gleichen in Varianten, wie es traditionelle TV-Serien praktizieren, zugunsten der Hinwendung zu einer epischen Erzählung verlassen. Und diese kann auf den Untergang der Welt hin erzählen, wie es die neuen Serien (z.B. „The Walking Dead“, „House of Cards“ oder „Games of Thrones“) tun oder eben auf realistische Überlebensformen. s.a. Metz, M./Seeßlen, G. (2017): Die Welt als Serie – die Serie als Welt. Deutschlandfunk https://www.deutschlandfunk.de/erzaehlen-im-wandel-die-welt-als-serie-die-serie-als-welt.1184.de.html?dram:article_id=389260

¹⁵⁰ Calvino, I. (1977): Die unsichtbaren Städte. . München.

¹⁵¹ Jenkins, H. (2006): Convergence Culture: Where Old and New Media Collide New York.

¹⁵² <http://www.marilaur.info/>

5.10 Trends journalistischen Erzählens

Wenn man sich nun jenseits der Begründung narrativen Kommunizierens umsieht und sich hinwendet zu Veränderungen in journalistischen Arbeitsprozessen, dann lassen sich folgende Trends ausmachen.¹⁵³

5.10.1 Trend 1: neue Funktionen

Neue Funktionen bedeutet auch andere Aufgaben als das klassische Fakten-Raportieren und Analysieren. Für das abgeschlossene Webprojekt „This is South Africa“ nutzten die Journalist*innen Social-Media-Plattformen, um die besten und interessantesten Einträge aus Facebook, Twitter, Flickr und Co. auszuwählen und in einer ansprechenden Darstellung zu präsentieren. Zusätzliche Interviews führten sie per Chat.

Unter die Oberfläche schauen: „Symbolia“ – ein interaktives, digitales Comic-Nachrichtenmagazin arbeitet mit komplett gezeichneten Storys, ergänzt durch Material (wie Musik, Statistiken, Geräusche, Sprachaufnahmen und historisches Material). Damit will sich der Blog vom heutigen Nachrichtenjournalismus abheben und unter die Oberfläche schauen. Der „Illustrated Journalism“ baut in lange investigative Berichte Comics oder Infografiken ein und schafft eine visuelle (künstlerische) Nachrichtenerfahrung. (Erin Polgreen, Sarah Glidden)¹⁵⁴

Auswählen, das heißt anhand nachvollziehbarer Kriterien die Spreu vom Weizen von Onlineportalen und Berichten zu trennen. Es ist ein Service: Nicht jede*r Journalist*in recherchiert, ob die Aussagen wissenschaftlichen Kriterien genügen. Deshalb ist ein kompetenter Wegweiser zu vertrauenswürdigen Journalismus im Netz wahrscheinlich wichtiger als die x-te neue Fach-Webseite. Das bedeutet zugleich, in kollaborativen Formen mit wissenschaftlichen Einrichtungen, die Recherchequalität abzusichern.

Kuratieren, das heißt einordnendes Empfehlen. Ebenso wie ein Museumskurator Werke auswählt, thematisch gruppiert und dadurch Themen und Zusammenhänge betont, sollten sich auch Journalist*innen und Medien angesichts der immer stärker anschwellenden Flut von handwerklich schlecht gemachten journalistischen Formaten und gleichförmigen Inhalten im Netz stärker darauf besinnen, zu finden und sichtbar zu machen, was andere, egal ob Amateur oder journalistischer Profi, an Berichtenswertem bereits veröffentlicht haben. Im Extremfall sortiert sich das Wissen des Schwarms sogar weitgehend selbst. (Beispiel „Guttenplag“-Wiki, eine Plattform auf der kollaboratives Wissen sichtbar gemacht wird.)

5.10.2 Trend 2: Datenjournalismus

Das Dossier „Was Vorratsdaten über uns verraten“ (ZEIT Online) will die gesellschaftliche Debatte über die Vorratsdatenspeicherung anregen. Das gelingt dank einer exzellent animierten

153 s.a. Königl, K. (2016): Der Bottom-up-Ansatz lokaler Postwachstumsprojekte – designerische Interventionsmöglichkeiten. Masterarbeit. Würzburg-Schweinfurt.

154 <http://www.dradio.de/df/sendungen/marktundmedien/2013232/>

Grafik in Kombination mit einem linearen Einstiegstext. Das Beispiel zeigt, dass Datensätze in geeigneter Visualisierung in manchen Fällen eine Thematik (hier das Bedrohungspotenzial einer staatlich erzwungenen informationellen Entblößung) eindringlicher vermitteln können als ein linear erzählter Bericht (siehe auch CityVis Wettbewerb „Visualisierung der Entwicklung in Städten“/Story hinter der Grafik).

Hans Rosling gründete die Gapminder-Stiftung. *Gapminder* hat die Software *Trendalyzer* entwickelt, die (internationale) Statistiken verständlicher sowie interaktiv darstellt. Das Ziel ist die Förderung einer auf Fakten beruhenden Sicht der Welt durch den verstärkten Einsatz und das Verständnis frei zugänglicher öffentlicher Statistiken.¹⁵⁵ Die Erzählung via Grafik selbst ist mit den Wirkungserfahrungen des hockeystick-graphs und den Darstellungsformen von Al Gore WELCHE IST HIER GEMEINT, AUS „INCONVENIENT TRUTH“?! intensiver als bisher zu erschließen. Die Studie von Schneider macht da einen sehr guten Anfang.¹⁵⁶

5.10.3 Trend 3: Grenzen verschwimmen.

Anhand der Auszeichnungen des Grimme Online Award zeigt sich deutlich, dass die Grenzen zwischen professionellem Journalismus und anderen gestalterischen Berufen verschwimmen. Johannes Klaus ist Fotograf und Webdesigner. Doch was er während seiner Weltreise auf seinem nominierten Blog „Reisedepesche“ präsentiert, ist nicht nur visuell erstklassig gestaltet. Er versteht es, seine persönlichen und subjektiv geschilderten Erlebnisse in einen gesellschaftlichen Kontext zu stellen. So wird aus einem Webtagebuch innovativer Reisejournalismus im Netz.

Sehr interessant ist das Projekt „X Blogs“ der kanadischen Weiss-Redaktion. Hierbei geht es um einen radikalen Perspektivwechsel, durch den traditionelle Narrative sichtbar gemacht und neue angestoßen werden können. Beispiel für diesen perspektivischen Wechsel ist die emphatische Naturkunde.¹⁵⁷

Baba Brinkman, ein kanadischer Rapper, hat das Genre des „Science-Rap“ erfunden. Das 2017 herausgebrachte Album „The Rap Guide to Climate Chaos“ entstand in Zusammenarbeit mit renommierten Klimaforschern – ist also gleichsam ein „peer-reviewter Klima-Rap“.¹⁵⁸

5.10.4 Trend 4: Nutzer*innen involvieren.

Die Zukunft des professionellen Journalismus könnte im klugen Einbinden von Bürgerjournalist*innen und partizipativen Formaten liegen. Das ist das Ergebnis von Forschungen an der HTWK Leipzig.¹⁵⁹ Wenn das Publikum aktiv Inhalte beisteuert, ist die Zuschauerbindung höher. Gleichzeitig bindet es die Bürgerinnen und Bürger stärker ins lokalpolitische Geschehen ein. Die Bandbreite reicht vom Zuliefern von Rohmaterial, das noch

¹⁵⁵ <https://www.gapminder.org/about-gapminder/>

¹⁵⁶ Schneider, B. (2018): Klimabilder. Eine Genealogie globaler Bildpolitik von Klima und Klimawandel. Berlin.

¹⁵⁷ <https://www.odditiesclub.com/the-x-blogs.html>

¹⁵⁸ <http://music.bababrinkman.com/album/the-rap-guide-climate-chaos>

¹⁵⁹ <http://journalistik.online/aufsatz/buergerreporter-zwischen-partizipation-und-professioneller-redaktion/>

geschnitten und bearbeitet werden muss, bis zur Produktion ganzer Fernsehbeiträge mit eigenem Sendeplatz. Das Smartphone mit seinen vielen Möglichkeiten unterstützt die Produktion von Videobeiträgen. Vor allem aber werden Themen und Formate entwickelt, die den klassischen Journalismus ergänzen, nicht aber ihn ersetzen sollen. Das geht in die Richtung, die Claus Reitan anmerkt: Ein Anknüpfungspunkt für Impact-Journalismus kann auch sein, die Macht der Konsument*innen (Consumer Power) bzw. Bürgerschaftliches Engagement (Citizen Engagement) zu nutzen; Tools dafür könnten aus dem sogenannten Audience Engagement¹⁶⁰ kommen¹⁶¹. Ähnlich läuft das Projekt Youth4planet. Erklärtes Ziel ist es „durch Filmemachen mit dem Mobiltelefon die Zielgruppe eigene Zukunftsvorstellungen und Perspektiven entwickeln zu lassen. Dies hat durchaus schon wirklichkeitsverändernden Charakter, wenn z. B. ein Film von Studierenden von den einbezogenen Stadtoberen so ernst genommen wird, dass die Idee nach nur elf Monaten zum 1.1. 19 praktisch umgesetzt wird.“¹⁶²

Georg Packer behandelt in seinem journalistisch geschriebenen Buch „Die Abwicklung: eine innere Geschichte der USA“ anhand von mehreren Biografien die Ausprägung unterschiedlicher Narrative – etwa hinsichtlich der Investition und Nutzung einer eigenen Solar-PV-Anlage. Für den einen ist das ein Geschäft, der andere macht sich von Abhängigkeiten frei und der Dritte ist gegen SUVs.¹⁶³

5.10.5 Trend 5: Echtzeit-Episoden bündeln hin zur Metaerzählung

Miriam Opresnik hat mit der seriellen Reportage „Ich werde grün“ ihren Selbstversuch begleitet. Ähnlich angelegt ist Petra Pinzlers Buch „Vier fürs Klima“. In Brasilien gibt es ein journalistisches Projekt, in dem täglich hunderte Bewohner*innen des Amazonas-Gebietes kurze Tagesepisoden via Smartphone auf einen Blog stellen.

Im ENavi-Projekt des Kopernikusprogramms zur Energiewende ist beim Staff des Forschungsvorhabens ein „mobiler Journalismus“ (zwei Journalist*innen) angesiedelt, der in Echtzeit zeigen will, wie Wissenschaft in transformatorischen Forschungsprozessen funktioniert. Das geschieht über das Erzählen vor Ort, von Angesicht zu Angesicht.

Im selben Projekt ist für die zweite Phase des Vorhabens innerhalb von regionalen Reallaboren ein Pilot zum Impact-Journalismus geplant, durch den, ausgehend vom Co-Design der Forschungs- und Implementierungsfragen eine katalytische Wirkung durch kontinuierliche narrative Berichterstattung und Diskussion regionaler Daseinsfragen erzielt werden soll.¹⁶⁴

160 Audience Engagement ist ein Begriff aus dem Bereich Social Media. Es werden die Interaktionen / der Dialog der Nutzer*innen journalistischer Berichterstattung bewertet und in Zahlen dargestellt: Reagieren die Nutzer*innen auf einen neuen Beitrag indem sie ihn teilen, liken, kommentieren und Trackbacks / Links setzen oder ist er für die Zielgruppe so uninteressant, dass er nicht beachtet wird und somit auch kein Dialog stattfindet. (Summe aller Interaktionen im Verhältnis mit der Gesamtzahl der Views)

161 Claus Reitan. Zuarbeit zum Vorhaben.

162 Joerg Altekruise. Zuarbeit zum Vorhaben; <https://vimeo.com/255816789/cef26693b4>

163 Packer, G. (2014): Die Abwicklung: Eine innere Geschichte des neuen Amerikas. Berlin.

¹⁶⁴ <https://www.iass-potsdam.de/de/forschung/kopernikus-projekt-energiewende-navigationssystem-enavi>

5.10.6 Trend 6: Transmediales, serielles und multiperspektivisches Erzählen

Diese Erzählweisen finden sich teilweise im Hörfunk (z. B. „Die Frage“), in Scrolltelling Formaten und beim digitalen Storytelling. Ein Beispiel: Einfache Medienaktionen (wie Themenwochen etc.) reichen bei weitem nicht. Die Sensibilität und Transferrate des traditionellen Journalismus ist viel zu gering, es gibt zudem viel Gegenwind in Form von Unverständnis, Skepsis und Angst, weil Zuschauer- und Zuhörer*innen gewohnte Schemata und Rollen verlassen müssen. Insbesondere die aktiven jungen Schichten der Bevölkerung werden praktisch nicht mehr erreicht.

Youth4planet ist auf dem sogenannten Rapid-Learning-and-Doing-Pfad mit Storytelling unterwegs, um quer zu den bestehenden Systemen ein eigenes Netzwerk aufzubauen und durch Filmemachen mit dem Mobiltelefon die Zielgruppe eigene Zukunftsvorstellungen und Perspektiven entwickeln zu lassen. Die Idee ist, dies in allen Gemeinden als sogenanntes Bottom-up-Storytelling zu verankern und die Jungen zu Vorreiter*innen von Innovationen zu machen. Testläufe in Darmstadt, Luxemburg, Hamburg und anderswo bestätigen den Ansatz.

Vorstellbar ist zudem das Ganze im großen Maßstab aufziehen, als Crowd-Impact-Journalismus. Es funktioniert in drei Schritten:

1. Auftakt und Inspiration für 20 bis 500 Teilnehmende (z. B. hier als Storytelling-Event <https://vimeo.com/296191232/d4c8dfda44>)Thema: Regionaler Klimaschutz und regionale Klimaanpassung
2. Intensiv begleitete Storytelling-, Film- und Aktionsprozesse in kleinen Teams vor Ort (in Schulen und Hochschulen, Jugendgruppen, Firmen) mit digitalen Werkzeugen. Dabei werden die spezifischen Handlungsfelder ausgeleuchtet.
3. Abschluss-Event und Festivals lokal und überregional, unter Einbeziehung von Stakeholdern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und der allgemeinen Öffentlichkeit.

Mit entsprechender Unterstützung kann dies eine bundesweite Kampagne auslösen. In Luxemburg beteiligen sich bereits zwei Ministerien.

5.10.7 Trend 7: (Weiter)Bildung für erzählerische Formate

Es ist offensichtlich, dass erzählerische Formate für Nachhaltige Entwicklung und ihre Transformation gerade dann wichtig und hilfreich zu sein scheinen, wenn es um die Darstellung und Kommunikation der Gründe, der Risiken und der Freiheitsgewinne der nachhaltigen Entwicklung geht. Aber das, die sachliche, systemische und langfristige Wahrnehmungs- und Einordnungsfähigkeit muss gelernt sein.

Es gibt eine Reihe von Institutionen und Allianzen, die sich der Bildung und Weiterbildung im Spektrum von Narrationen zu Nachhaltiger Entwicklung widmen (vgl. Anlage 3). Bezogen auf journalistische Ausbildung gibt es Angebote der Leuphana Universität (von der aus auch die Gründung des Netzwerkes Weitblick initiiert wurde, welches eine eigene Weiterbildung

anbietet), der Plattform Grüner Journalismus (Klimageschichten, nature writing) und das CCCLab vom KMGNE mit der internationalen Sommeruniversität zum transmedialen Storytelling.

Aus den Befragungen der Journalist*innen, Wissenschaftler*innen und Aktivist*innen im Umfeld des Forschungsprojektes¹⁶⁵ ergibt sich der Bedarf für eine **Medienakademie für nachhaltige Entwicklung**, die institutionell mit Einrichtungen der Nachhaltigkeitswissenschaften verbunden ist, die wissenschaftliches und transdisziplinär erworbenes Wissen für journalistische Bedarfe aufbereitet und die journalistische Arbeit strukturell fördert.

Was müsste eine solche Akademie vermitteln?

1. Inhalte zu nachhaltiger Entwicklung (neue Weltsicht, Erd- und Langfristverantwortung, etc..) Wissen und Kontakte mit konkreten Regionen und ihren Bewohner*innen (als Quelle von Wissen und als Quelle kombinierten Wissens zu den globalen und lokalen Interdependenzen und Narrativen)
2. Inhalte zur Großen Transformation (transformatives und Transformationswissen)
3. Praktiken in der Logik der Transformationen, wie z.B. Reallabore. Außerdem Methoden und Instrumente zur Selbstermächtigung von Individuen und Gruppen, nachhaltig und politisch zu handeln und Transformationen zu initiieren
4. Entwicklung von Zukunftsbildern, Handlungskapazitäten und Resonanz- und Gestaltungsräumen; Identifikation von Zielkonflikten und Umgang mit Unsicherheit bestehenden Wissens
5. Grundlegende Haltung und fundiertes ethisches Wissen (Nachhaltigkeitsnarrativ) und zwar beim Fachlichen, bei der Recherche und bei der zugrundeliegenden Perspektive, wie man auf die Themen schaut, die man auswählt. Da geht es um Haltung und um eine Perspektive. Es braucht viel Input zu allgemeiner Ethik, Gesellschaftsethik und Nachhaltigkeitshistorie, um Grundlagen zu legen. Dass der Artikel 20a des deutschen Grundgesetzes¹⁶⁶ sowie der Brundtlandbericht¹⁶⁷ zu den Grundlagen gehören steht außer Frage. Dabei müssten grundlegende Nachhaltigkeitskonzepte (starke, schwache Nachhaltigkeit) vermittelt werden, bis hin zu Normativität, planetaren Grenzen und Transformation.
6. Training zur Transparenz der eigenen Arbeit (Autorenkasten, Disclaimer, Redaktionsblog).
7. Training zu kooperativen Arbeiten mit Wissenschaftler*innen und Stakeholder*innen: Dabei geht es u. a. darum, nicht nur auf die naturwissenschaftliche, sondern auch auf die sozial- und geisteswissenschaftlichen Forschung zu achten. Außerdem ist das Tempo zu berücksichtigen, mit dem politische Systeme reagieren können.

¹⁶⁵ Die wesentlichen Impulse kamen von Daniel Fischer (Leuphana-Universität), Torsten Schäfer (Professor für Journalismus und Textproduktion an der Hochschule Darmstadt, Initiator und Betreiber der Internet-Plattform ‚Grüner Journalismus‘, einem Lern- und Berufsportal zum Thema Umweltjournalismus, das sich besonders dem grünen Storytelling widmet) und dem CCCLab.

¹⁶⁶ „Der Staat schützt auch in Verantwortung für die künftigen Generationen die natürlichen Lebensgrundlagen und die Tiere im Rahmen der verfassungsmäßigen Ordnung durch die Gesetzgebung und nach Maßgabe von Gesetz und Recht durch die vollziehende Gewalt und die Rechtsprechung.“

¹⁶⁷ World Commission on Environment and Development (1987): Our Common Future. Oxford.

8. Vermittlung von grundlegenden Recherchekompetenzen
9. Vermittlung von transmedialen Kommunikations- und Erzählkompetenzen
10. Rollenbild: „Und dann wird es darum gehen, das Ganze mit einem Rollenbild zu verbinden, auch wiederum eher auf einer Wissensebene. Das Rollenbild für Journalist*innen, transformationsbezogener Journalismus, Nachhaltigkeitsjournalismus, engagierter Journalismus. All die Spielarten, die Dinge verändern wollen [...] und das gegenüberstellen mit klassischen Berufsbildern, die überholt sind [...] auch gerade das berühmte Zitat von Joachim Friedrichs mit dem Gemeinmachen, das schon längst ins Museum gehört.“¹⁶⁸
8. Vermittlung von Techniken zur Qualitätssicherung und Transparenz

Für Journalist*innen ist es besonders wichtig, dass mit diesem neuen Ansatz weniger bestimmte Techniken vermittelt, sondern ein thematisches und inhaltliches Verständnis von Nachhaltigkeit und Transformation geweckt und gestärkt werde. Es gehe um Haltung und Perspektive. Ein fundiertes Wissen zur Nachhaltigkeit stellt auch „eine systemische Komponente“ dar, einen Grundwert innerhalb einer umfassenderen Gesellschaftsethik. Diese normativen Gesichtspunkte, etwa die Beachtung planetarer Grenzen, sollten mit dem Rollenbild der Journalist*innen verbunden werden.

5.11 Strukturelle Rahmenbedingungen für Wirkung dieser neuen journalistischen Kompetenzen

- * Einrichtung von Medienräten für regionale Zeitungen
Ein in Deutschland noch nicht entdecktes Modell seien Medienräte nach skandinavischem Vorbild, über die vor allem Regionalmedien Recherchezeit finanziert bekommen könnten. Die Medienräte in Skandinavien bekommen staatliche Gelder, sind aber unabhängig besetzt. Sie vergeben diese Gelder, um Pressefreiheit in der Region zu erhalten. Schäfer: „Nachhaltigkeit im Journalismus muss medienökonomisch-strukturell diskutiert werden.“
- * Entwicklung einer eigenen Förderlinie in FONA u. a. Forschungsprogrammen des BMBF
- * Nutzung des EU-Medientopfes
- * Nutzung der Reallabore zur Energiewende u.a. für interventionistische Kommunikationsstrategien

6 Anlagen

6.1 Anlage 1 - Journalistische Suchprozesse inmitten der „großen gesellschaftlichen Herausforderungen“

In der Anlage werden verschiedene journalistische Initiativen und Innovationen vorgestellt, die sich einmal aus den Veränderungsprozessen der mainstream-Medien erklären, die andererseits aber auch Ansätze für transformativen Journalismus liefern können.

Sie hier vorzustellen hat das Ziel, charakteristische Merkmale für ein journalistisches Selbstverständnis (Rolle, Haltung, Organisationsform) zu identifizieren, welches einem Impact-Journalismus in der großen Transformation nah kommt. Damit ließen sich möglicherweise nicht nur das Design des Impact-Journalismus skizzieren, sondern auch Transformationsprozesse innerhalb des Journalismus, über die der Wandel vollzogen werden kann.

6.1.1 Journalistische Prozess- und Kontextbetrachtung von Transformationen

Vom Deutschlandfunk werden in der Reihe „Tolle Idee! – Was wurde daraus?“ und in „Forschung Aktuell“ sowohl die Rahmen- als auch die Prozessbedingungen von Neuerungen betrachtet und darauf verwiesen, dass in Transformationen nicht nur die neuen Produkte, Technologien, Verhaltensweisen, Kulturtechniken etc., sondern auch deren Gelingensbedingungen mit geschaffen werden müssen. 169 Ein Beispiel aus dieser Reihe: „Klos für die Welt“ – In den Slums vieler Entwicklungsländer herrschen katastrophale sanitäre Verhältnisse: Es fehlt an Toiletten, Krankheiten sind die Folge. „Peepoos“ sollten eine Lösung bieten – diese kompostierbaren Tütentoiletten hatte ein schwedischer Städteplaner 2009 erfunden.¹⁷⁰

Das Projekt Mediendoktor Umwelt ist eine qualitätssichernde Infrastruktur (TU Dortmund) für Journalisten, die umweltjournalistische Veröffentlichungen hinsichtlich ihrer Einbettung in nachhaltige Entwicklungsperspektiven bewertet und darüber ein Empowerment in der journalistischen Arbeit anstößt. Anstöße gibt das Projekt, indem es auf den oft fehlenden Kontext und die fehlenden Hintergründe verweist und die lineare Berichterstattung als nicht zielführend bewertet. Das ist ein guter Hinweis darauf, dass journalistisches Arbeiten sektorübergreifend, bestenfalls transdisziplinär organisiert werden sollte.

6.1.2 Erprobungsräume und -initiativen

Der jährliche „Impact Journalism Day“ in einzelnen Medien

Beim Impact Journalism Day¹⁷¹ beherrschen für einen Tag die positiven Nachrichten und Erzählungen das Medium. Für einen Tag „sollen inspirierende Lösungen und nicht die

¹⁶⁹ <https://www.deutschlandfunk.de/tolle-idee-was-wurde-daraus.2282.de.html>

¹⁷⁰ https://www.deutschlandfunk.de/tolle-idee-was-wurde-daraus-klos-fuer-die-welt.676.de.html?dram:article_id=430082

¹⁷¹ Geschichten, die man weitererzählen will - Am Impact Journalism Day berichten 50 Zeitungen weltweit über Menschen, die Positives bewirken. Auf überraschende Art und Weise. <https://m.tagesanzeiger.ch/articles/24251124>

Probleme dieser Welt im Vordergrund stehen“, heißt es im Editorial des Tages-Anzeiger-Extrateils, der sich seit sechs Jahren an der Aktion beteiligt. Insgesamt nehmen 50 Publikationen und TV-Sender an der Initiative der französischen Non-Profit-Organisation „Sparknews“ teil und berichten rund um den Globus mit einer gewohnt kritischen, aber konstruktiven Haltung über Hoffnungsvolles aus ihren Ländern: etwa über Farben für Farbenblinde, Strom aus Regenwasser oder Taschen aus alten Autositzen. Als Orientierungsgrundlage dienen die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs), durch die bis 2030 eine deutliche Verbesserung des Lebens für alle Menschen überall auf der Welt erreicht werden soll. Am Impact Journalism Day werden die Storys am selben Tag auf allen Kanälen der teilnehmenden Zeitungen publiziert und erreichen so weltweit 120 Millionen Leser und Leserinnen.

Aus der Schweiz sind der „Tages-Anzeiger“ und „10vor10“ mit dabei. Aus Deutschland unter anderem die taz.¹⁷²Hinter dem Ansatz steckt die Erwartung, das öffentliche agenda setting zugunsten lösungsorientierter und handlungsauslösender Pfadwechsel beeinflussen zu können bzw. für diese zu intervenieren.

Vernetzte Expertise durch interdisziplinäre Zusammenarbeit und gesellschaftliche Kooperation

Sonja Bettel hat im Sommer 2018 das Projekt "*FlussReporter*" mit Hilfe der Genossenschaft "*RiffReporter*" gegründet. Ihr Ziel: tiefgründige, spannende und relevante Recherchen zur Zukunft der Flüsse und Feuchtgebiete mit Hilfe einer Unterstützercommunity zu realisieren.

Auf der Plattform "*RiffReporter*" versammeln sich bereits mehrere verwandte Projekte, darunter "*KlimaSocial*" zur Psychologie des Klimawandels, "*Die Zukunftsreporter*" zu Szenarien der Welt von morgen, "*Die Flugbegleiter*" zu Vogelwelt, Naturschutz und Ornithologie, ‚Menschenzeit‘ zum "*Anthropozän*", "*WaldReporter*" zur Zukunft des Waldes. Zusammen wollen sie zu einem ‚journalistischen Korallenriff‘ heranwachsen, das sich wie die natürlichen Vorbilder durch Vielfalt, Kooperation und Tiefgang auszeichnet.

Die "*RiffReporter*"-Genossenschaft adressiert die vier genannten Probleme: Statt auf Werbung setzt sie darauf, dass um wichtige Themen Unterstützer*innen-Communities entstehen; durch ein Flatrate-Angebot gibt sie Institutionen aller Art die Chance, kritischen Journalismus zu stärken; Beiträge können in kleinen Summen bezahlt werden, je nach Interesse der NutzerInnen; und Investitionen in Recherche und Sachkunde der Autor*innen machen es AutokratInnen schwerer, die Glaubwürdigkeit zu torpedieren. Zusammen mit anderen Gründungen steht "*RiffReporter*" für einen Aufbruch im Qualitätsjournalismus, für einen lebendigen Journalismus mit Reporter*innen, die sachkundig sind und vor Ort recherchieren.¹⁷³

172 Impact Journalism Day 2018: Journalismus, der Projekte mit Wirkung zeigt (Schweiz)

<https://www.persoendlich.com/medien/journalismus-der-projekte-mit-wirkung-zeigt>

173 Christian Schwägerl, Lebendiger Journalismus aus dem medialen Korallenriff, in: Rundbrief 3/2018, Forum Umwelt&Entwicklung: Schöne Neue Welt 2048.

Natur-, Tier-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsfilme sind ein spezielles Genre, das in der Regel nur ein spezielles Publikum erreicht. Diskutiert wurde, mit welchen Stil- oder Vermarktungsmitteln mehr Zuschauer für den Ökofilm interessiert werden können. Subjektivität ist eine Darstellungsform, für die sich der Film besonders gut eignet. Schon wie ein Thema vom Regisseur konzipiert wird, sei subjektiv. „Wie weit treibt man es, seinen Punkt zu machen? Im Film geht beides, sowohl dokumentarisch umfassend als auch mit bestimmter Aussage, die die Handlung der Zuschauenden forcieren wollen. Zu unterscheiden ist zwischen kurzfristigen, auch emotionalen Wirkungen, und dem langfristigen Impact, der zur Verhaltensänderung führt. Film kann Handlungsbereitschaft beim Zuschauer verändern. So setzte „*Taste the Waste*“ von Valentin Thurn zum Thema Lebensmittelverschwendung in Deutschland die Bewegung der Ernährungsrate maßgeblich mit in Gang. Auch „gute Geschichten“ lassen sich eindringlich erzählen, wie „Das Wunder von Mals“ zeigt, die Geschichte eines Dorfes in Tirol, das seine Landwirtschaft ohne Pestizide betreibt.

Weitere Filmtipps: Tomorrow, climate warriors, Kaufen für die Müllhalde, Plastic World, System error, Speed

„CORRECTIV“ ist das erste gemeinnützige Recherchezentrum im deutschsprachigen Raum. Ziel ist eine aufgeklärte Gesellschaft. Denn nur gut informierte Bürgerinnen und Bürger können auf demokratischem Weg Probleme lösen und Verbesserungen herbeiführen. Unser Reporterteam recherchiert zu Themen von hoher Relevanz, deckt Missstände auf und macht komplexe Zusammenhänge begreifbar. CORRECTIV finanziert sich vor allem über Spenden und Stiftungsbeiträge und ist dadurch unabhängig von Werbeeinnahmen, Verkaufszahlen und Quoten. Dieser Spielraum lässt es zu, sich zeitintensiven Recherchen und hochwertigen Inhalten zu widmen. Da CORRECTIV sich der Wahrhaftigkeit und dem Gemeinwohl verpflichtet fühlt, sind andere Medien und Medienformate für das Zentrum Partner und nicht Konkurrenten. Initiierte Recherchen werden Kooperationspartnern zur Verfügung gestellt oder es wird gemeinsam mit Partnern recherchiert. So werden aufwändige Projekte möglich, die klassische Redaktionen allein kaum bewältigen könnten. Die Kooperationspartner veröffentlichen die gemeinsamen Rechercheergebnisse über ihr jeweiliges Medium – Print, TV, Radio oder online – und auf die Art, die zu ihren Marken und Zielgruppen passt. (Das gilt auch für Blogger und Bürger)

Die zentrale Veröffentlichungsplattform von CORRECTIV ist die Webseite. Dazu kommen Newsletter, Social Media Angebote, Podcasts und Bookzines. Die meisten der Inhalte sind kostenlos. Es ist Journalismus für die Gesellschaft – aber auch mit der Gesellschaft. Für viele Recherche-Projekte werden Bürger*innen integriert, mit denen gemeinsam Daten und Informationen über ihre Situation vor Ort erhoben werden, die später für Geschichten von überregionaler Bedeutung genutzt werden.

Produkte sind Geschichten, öffentliche Diskussionen zu aktuellen journalistischen und politischen Themen, Faktenchecks und Qualifizierungen. Die Reporterfabrik ist eine Medienakademie für alle durch die möglichst viele mit den Mechanismen journalistischer Arbeit vertraut gemacht werden und darüber Medienkompetenz zu fördern (Bürgerjournalist*innen) und die Debattenkultur zu verbessern. Dieser Bildungsauftrag ist

zentraler Kern der Aufgabe als CORRECTIV: Journalismus ist kein Selbstzweck, er ist Mittel, die Bildung der Menschen zu verbessern und zur Aufklärung in der Gesellschaft beizutragen.¹⁷⁴

Diese Ansätze haben im Mittelpunkt ihrer Arbeitsweise die tiefgehende Recherche relevanter Themen. Von diesen sagt James Harding, dass die Wirksamkeit, was Handlungen zur Problemlösung angeht, größer ist und eine zeitlich längere Reichweite hat. Damit verändert sich der Blick journalistischen Arbeitens hin zu der Frage, was steuert und treibt die Informationen und Nachrichten.¹⁷⁵

6.1.3 Netzwerke und Allianzen

klimareporter^o ist ein unabhängiges Online-Magazin zum Klimawandel mit seinen politischen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und ökologischen Folgen. Es wurde 2018 gegründet und tritt die Nachfolge des Portals *klimaretter.info* an, dessen Artikel im Archiv weiter zur Verfügung stehen. *klimareporter*^o ist ein Projekt des Klimawissen e.V.. Journalistisch betreut wird das Magazin vom KJB KlimaJournalistenBüro, das ein Team aus freien Journalisten 2016 gegründet hat und seither selbst verwaltet. Das Team verfasst zudem Texte für Tageszeitungen, Magazine und Fachbücher.¹⁷⁶

Hostwriter ist ein globales Crowdsourcing Tool, welches sich als Netzwerk auf die gegenseitige Unterstützung journalistischen Arbeitens konzentriert. Es vermittelt Kontakte zu Organisationen, Wissenschaftler*innen, Expert*innen, Aktivist*innen und Journalist*innen, gibt inhaltliche und Quellenhinweise und vermittelt Ressourcen.¹⁷⁷

Hacks/Hackers ist ein internationales grassroots Netzwerk von Journalist*innen. Das Vorhaben besteht darin, in der Kooperation von Journalist*innen (“hacks”) und Informationstechnolog*innen (“hackers”) Antworten und Lösungen darüber zu suchen, wie Nachrichten und Informationen in der Zukunft gestaltet sein werden. Es verbreitet Wissen, Informationen und Ideen über einen Mix unterschiedlichster Formate.¹⁷⁸

Das Poynter Institut agiert als Coach und Mentor, Unterstützer für alle die Projekte und Menschen, die sich für Bürger engagieren und diese (im Sinn Paolo Freires) informieren. Es stärkt über Vermittlung und Vernetzung die Rolle und Qualität des Journalismus für eine freie Gesellschaft, in der Meinungsfreiheit, zivilgesellschaftlicher Dialog und überzeugender Journalismus verbunden ist mit verantwortlichen und zukunftsgerichteten Ideen zur Zukunft.¹⁷⁹

174 <https://correctiv.org/ueber-uns/>

175 Tortoise editor James Harding says move to 'slow news' follows 'lesson' at Times and BBC that journalism that took longer had 'real impact' <https://www.pressgazette.co.uk/tortoise-editor-james-harding-says-move-to-slow-news-follows-lesson-at-times-and-bbc-that-journalism-that-took-longer-had-real-impact/>

176 <https://www.klimareporter.de/ueber-klimareporter>.

177 <https://hostwriter.org/>

178 <https://hackshackers.com/about/>

179 <https://www.poynter.org/about/>

Ein besonderes Netz ist das Science Media Center in Köln. Das von dem Journalisten Volker Stollorz geleitete SMC sammelt zu brisanten Themen schnell Experteneinschätzungen ein und stellt diese registrierten Nutzern kostenfrei zur Verfügung. Finanziert, hauptsächlich von der Klaus Tschira Stiftung, ist der große Vorteil des SMC seine Unabhängigkeit; weder muss es Schlagzeilen liefern noch sich um den Ruf einer Institution sorgen.

6.1.4 Partizipativer Journalismus / Bürgerjournalismus

Der „Public Journalism“ (auch Civic Journalism genannt) wird als eine Journalismusbewegung angeführt, die in den 1990er Jahren in den USA begründet wurde. „Wesentlich für dieses Modell ist der Grundgedanke, dass Journalismus nicht nur die Übermittlung und Verbreitung von Information zugrunde liegt, sondern dieser auch seine Verpflichtungen gegenüber der Öffentlichkeit erfüllt und deren Anliegen und Interessen in den Mittelpunkt stellt. Eine Definition der deutschen Stiftung Mitarbeit lautet: „Dahinter steckt die Idee, durch Formen aktivierenden Journalismus Bürgerinnen und Bürger zu ermutigen und zu befähigen, aktiv auf das politische Geschehen in ihrem Gemeinwesen Einfluss zu nehmen.“¹⁸⁰

Im Kontext nachhaltiger Entwicklung und ihrer transformativen Schritte wird in einer Reihe von Reallaboren zur Energiewende, zur Klimaanpassung und zum Klimaschutz, zur resilienzfähigen Stadt u. a. die Begleitung durch partizipative Kommunikation und entsprechende bürger-journalistische Formate gewünscht und initiiert.

Folgende Beispiele illustrieren dies:

Projekt: Terral

Eine Allianz von Wissenschaftlern, Journalisten und Aktivisten unterstützt in der Kommune Rio Hurtado (IV.Region in Chile) ein von zivilgesellschaftlichen Einrichtungen getragenes Radio (Radio Terral). Zweck ist, die Themen der lokalen Bevölkerung aufzugreifen, Themen der Veränderungen in die regionale Diskussion einzubringen und Transformationsmaßnahmen anzustoßen. Die Planung für 2019/20 besteht darin, ein ganzheitliches Kommunikationskonzept, den Zielgruppen entsprechend, umzusetzen und zu einer Kombination von verschiedenen Medien wie Radio, TV, Blog, Zeitung zu finden, die sich aufeinander beziehen und verstärken. (Transmedialer Ansatz)

Allan Ramirez (Allan ramirez ramirezgiordano@gmail.com)

Journalistischer Kiosk

In den USA (Minnesota) gibt es ein journalistisches Projekt, das im lokalen Raum angesiedelt ist. Der Kiosk mit fixierten Sprechzeiten bietet der Bevölkerung an, sich einmal deren Geschichten (Probleme, Heldengeschichten, Gedanken etc.) anzuhören, journalistisch aufzubereiten und in einer gegründeten Lokalzeitung zu veröffentlichen. Zum anderen nehmen

180 <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/ncr.58>, https://de.wikipedia.org/wiki/Public_Journalism

sie Fragen zu (regionalen und überregionalen) Veränderungen, wie Folgen des Klimawandels, Veränderung der Arbeitswelt etc., auf, recherchieren die Fakten und bereiten sie für die Zeitung auf.

Ranty Islam (r.islam@hmkw.de)

Transformationszeitung

In der Region Malchin bereitet die Bürgerstiftung „Zukunftsregion Malchin“, in Kooperation mit wissenschaftlichen Einrichtungen (KMGNE) für Ende 2019 die monatliche Ausgabe einer Transformationszeitung vor. Ziel ist die Aufklärung über regionale Veränderungsprozesse, den Sinn von Resilienzfähigkeit, die Effekte und die Risiken bei der Umstellung der Landnutzung, der Nutzung regenerativer Energien, dem Aufbau einer digitalen Bildungslandschaft etc.

Simone Hieber (Simone Hieber shieber@kmgne.de)

Süntelblatt

Neues von der Dörfergemeinschaft Flegessen, Hasperde, Klein Süntel als „Inspirationsdörfer“. Motto: Wir müssen der Wandel sein, den wir in der Welt zu sehen wünschen. (M. Gandhi)181

Henning Austmann (info@ideenwerkstatt-dorfzukunft.de)

Doch es gibt eine eingeschränkte Wirkung von Bürgerjournalismus auf die Medienlandschaft. Für Europa konstatiert das „Europäische-Journalismus-Observatorium“ (EJO), dass es der digitale Bürgerjournalismus nicht geschafft habe, die Medienlandschaft in Europa auf den Kopf zu stellen. Dafür ist er in seinen Routinen und in seinen professionellen Normen zu heterogen. Er diene aber als Stütze schwindender Medienvielfalt.

Weiter wird festgestellt: Das EJO (Europäisches Journalismus Observatorium) attestiert: National wie international existiert eine Vielzahl bürgerjournalistischer Online-Projekte, die in den meisten Fällen – losgelöst von jeglichen kommerziellen Interessen – von Einzelpersonen oder kleineren Gruppen betrieben werden und sich mit den unterschiedlichsten Themen befassen. Allerdings lässt sich eine stetige Professionalisierung von bürgerjournalistischen Projekten beobachten, da immer mehr Plattformen auf redaktionsähnliche Strukturen bauen, arbeitsteilig funktionieren, klare unternehmerische Konzepte verfolgen und sogar Governance-Strukturen aufbauen.182

Das hat einerseits mit den Möglichkeiten des digitalen Raumes zu tun, der neben dem „mainstream“ öffentlicher Meinungsbildung über die konstituierten Medien eine neue, parallele Welt eröffnet. In der nimmt die Deutungshoheit von Wissenschaft und journalistischer

181 <https://www.ardmediathek.de/ard/player/Y3JpZDovL2Rhc2Vyc3RILmRIL21vcmdlbn1hZ2F6aW4vYWY1MjExZmEtNGU1Mi00ZmFjLTgxODItZTUyNTc2OGFkMGYw/> <http://neue-nachbarschaft.de/immovieliien/dorfladen-suentellaedchen-flegessen/>

182 <http://de.ejo-online.eu/digitales/buergerjournalismus-belebt-das-mediensystem>

Interpretation für Veränderungsprozesse offensichtlich ab. Und es gibt keine Anzeichen, dass sich das in der nächsten Zeit ändert. Andererseits zeigt sich, dass existenzielle praktische Fragen, wie die Daseinsvorsorge, verstärkt auf lokaler oder „individueller“ Ebene abgehandelt werden. Das führt zu einer völlig neuen Akteurskonstellation innerhalb der öffentlichen Meinungsbildung.

Beyond journalism: Gesellschaftliches Wissensmanagement

Die Frage stellt sich, ob der Terminus Impact Journalismus bereits in einem frühen Stadium verändert bzw. aufgegeben werden und eine Definition „Beyond journalism“ gefunden werden müsste. „Journalismus“ wäre dann ein Bestandteil eines alten, zu Ende gehenden Mediensystems (Heizer auf der E-Lok), wogegen die neue Aufgabenstellung besser mit einer neuen Bezeichnung zu versehen wäre (Knowledge sharing community/ economy, gesellschaftlicher Wissenskurator, „Influencer“ ist bereits mit einer anderen Konnotation vergeben, „Change Writer“). Diese Semantik hängt auch von den kommenden Strukturbildungen ab.

Neue Medien – Neue Wirkungen: Influencer

Heute eröffnet die Vielzahl sozialer Medien und Plattformen Politiker*innen, Interessengruppen, Firmen und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) eine direkte Möglichkeit, an journalistischen Medien vorbei die Bevölkerung zu erreichen. Damit teilt sich der Begriff Newspaper in zwei Teile: in News und Paper. News, jahrelang das Kerngeschäft traditioneller Medien verselbstständigt sich. Soziale Netzwerke spielen bei der Kanalisation von Nachrichten eine immer wichtigere Rolle, wobei die großen Internetsysteme zunehmend redaktionelle Entscheidungen treffen.

Richard Meng, Politik-Redakteur der Frankfurter Rundschau und später Regierungssprecher des Wowereit-Senats von Berlin, hat auf die Bedeutung neuer Gatekeeper in der Öffentlichkeit der sozialen Medien hingewiesen: die sogenannten Influencer.

„Das sind die, von denen der frühere SPD-Vorsitzende Sigmar Gabriel gerade gesagt hat, hundert solcher tag- und nachtaktiver Internet-Agenten könnten mehr bewirken als doppelt so viele Angestellte im Berliner Willy-Brandt-Haus.“

Ihre Wirkung über eine „manipulierte Netzwelt“ hält Meng für „brandgefährlich für die Demokratie. Darauf gibt es nur eine Antwort, damit Vertrauen beim Kommunizieren denkbar bleibt: die Verpflichtung zu Offenheit und Transparenz – bis hin zum Verbot der Geschäftsmodelle und der Praktiken, die verdeckte Agitation zum System machen.“¹⁸³

183 Frankfurter Rundschau, 9.11. 2018 - Influencer: Manipulierte Netzwelt ist gefährlich für die Demokratie - Es wird Zeit, dass sich die Gesellschaft - nicht der Staat! - die Kontrolle über die Öffentlichkeit im Netz zurückholt. <http://www.fr.de/politik/meinung/kolumnen/influencer-manipulierte-netzwelt-ist-gefaehrlich-fuer-die-demokratie-a-1617321>.

Die neue Nachrichten-Art „Mobile Journalism“ verwendet für die aktuelle Berichterstattung die Smartphone-Technik (Kamera, Webzugang), und dies in der Regel vom Ort des Geschehens. Diese Vorteile werden auch beim Projekt ENavi (Energiewende-Navigation) innerhalb des Kopernikus-Programms eingesetzt. In dem transdisziplinären Forschungsprojekt mit dem Titel „Talking Heads“ kommen Forscher*innen in Kurzinterviews von etwa 2 Minuten Länge zu Wort. „Die Zuschauer sollen nicht erst am Ende mit den Ergebnissen konfrontiert werden, sondern die Projekte von Anfang an mitverfolgen können“, wurde das Projekt anhand einiger Beispiele im Workshop vorgestellt.

Bisweilen gestalte sich die mediale Vermittlung etwas schwierig, denn die Wissenschaftler*innen seien „sehr auf sachliche Korrektheit bedacht“. Dadurch werden Forschungsergebnisse teilweise verspätet veröffentlicht oder Wissenschaftler*innen sind nicht mit Vereinfachungen einverstanden. Da eine Vielzahl von Wissenschaftler*innen (300-350) an dem Energiewende-Projekt beteiligt sind, aber nur zwei für die Kommunikationsexperten zur Verfügung stehen, soll erreicht werden, dass jede(r) eigenständig und mit Hilfe von Mobile Journalism sein Projekt filmen kann. Diese Aufnahmen werden dann vom Kommunikationsteam geschnitten und veröffentlicht.

Mit diesem kurzen Video-Format wird das Ziel verfolgt, eine große Zahl von Zuschauern zu erreichen. Die Wirkung läuft vor allem über die gezeigte Person und ihre Fähigkeit zu verständlicher Darstellung. Das Format Talking Heads eignet sich nicht für große Narrationen, die etwa eine personalisierte Heldenreise erzählen. Die Persönlichkeit der Wissenschaftler*innen kann bestimmte Aussagen unterstützen und dann auch viele Klicks erzeugen“, wurde im Workshop angemerkt. „Aber manchmal kann es schon reichen, mit dem Video die richtigen Multiplikator*innen zu erreichen. Dabei sei die Zielgruppe wichtig.“¹⁸⁴

Wuppertal-Institut: „Produktive Interaktionen“ durch Wissenschaftskommunikation

Das Wuppertal Institut für Klima Umwelt Energie hat sich intensiv mit der Frage beschäftigt, welche gesellschaftlichen Wirkungen die wissenschaftlichen Projekte nach sich gezogen haben. Auslöser dafür war die Veranstaltungsreihe „Transformatives Wissen schaffen“ im Jahre 2012, die einen Bezug zum BMBF-Wissenschaftsjahr „Zukunftsprojekt Erde“ (Nachhaltigkeit) hatte. Anhand mehrerer Forschungsprojekte wurden sogenannte „produktive Interaktionen“ zwischen Wissensproduzenten und Wissensanwendern nachgezeichnet, um auf diese Weise zu einer „Bestimmung gesellschaftlicher Wirkungen“ zu gelangen. Tiefer untersucht wurde dieer Wirkungen der Forschungsprojekte „Abfallvermeidung“, „Rückgabe und Nutzung gebrauchter Handys“, „Klimaschutzplan NRW“ sowie „Rekommunalisierung/Gründung von Stadtwerken“.

Vor allem beim Fallbeispiel „Rekommunalisierung“ zeigte sich, dass die beiden WI-Studien zu einem hohen Medieninteresse führte, das über mehrere Jahre anhielt. Der Medienspiegel des Instituts führt für die Jahre 2013 und 2014 über 80 Medienberichte an. Auch durch verstärkte

¹⁸⁴ <http://kmgne.de/wir-machen/projekte-liste/kopernikus-systemintegration-enavi/?currentpage=1>

Kommunikation an anderen Stellen (Aufsätze, Vorträge, Parlamentsdebatten) fand das Thema solche Beachtung, dass es in NRW seitdem zur Gründung von rund 50 neuen kommunalen Stadtwerken kam.

TransImpact

Das SÖF- Projekt „TransImpact – Wirkungsvolle transdisziplinäre Forschung“ analysiert, auf welche Weise und mit welchen Methoden transdisziplinäres Forschen die gewünschten gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Wirkungen erzielen kann. Das Projekt wird vom Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) und dem Zentrum Technik und Gesellschaft (ZTG) an der Technischen Universität Berlin durchgeführt. Die Kernfragen von TransImpact lauten: Welche Wirkungen kann transdisziplinäre Nachhaltigkeitsforschung in Gesellschaft und Wissenschaft entfalten und in welchen Kategorien lassen sich die verschiedenen Arten und Skalen von Wirkungen beschreiben? Und wie können nicht intendierte Wirkungen – und hier vor allem auch negative – erfasst und bewertet werden?

Ebenso relevant sind Fragen zu den Methoden: Wie beeinflusst die Wahl der für Transdisziplinarität spezifischen Methoden und Verfahren – etwa für eine gemeinsame Problemformulierung, für die Partizipation, Wissensintegration oder Übertragbarkeit – die Wirkungen transdisziplinärer Forschungsprozesse und letztlich die Qualität ihrer Ergebnisse? Welche methodischen Elemente können in transdisziplinäre Forschungsprozesse einbezogen werden, um ihr Potenzial für gesellschaftliche Wirkungen zu stärken?¹⁸⁵

6.2 Anlage 2 Gute Praxis Beispiele - Beispiele für Transformationserzählungen und Journalismus

6.2.1 Selbsterfahrungsreportagen

- Miriam Opresnik: „Ich werde grün“. Reportage im Hamburger Abendblatt, in der die Journalistin versucht, ihr Leben innerhalb eines Jahres umweltbewusster zu gestalten. Themen: Einkauf, Plastik, Energie und Wasser, Urlaub, Ernährung, Mode, ... Zugang kostenpflichtig
<https://www.abendblatt.de/themen/ich-werde-gruen/>
- Petra Pinzler und Günther Wessel: „Vier fürs Klima“ – wie eine Familie versucht, klimaneutral zu werden. Ausschnitt in der Zeit:
<https://www.zeit.de/2018/12/klimabilanz-co2-einsparen-familie>

185 <https://www.isoe.de/projekte/aktuelle-projekte/transdisziplinaere-methoden-und-konzepte/transimpact/>
<https://www.isoe.de/wissenskommunikation/aktuelles/news-single/call-for-papers-im-forschungsprojekt-transimpact-gesellschaftliche-wirkung-von-transdisziplinaeren/>
Bergmann, Matthias; Schäfer, Martina; Jahn, Thomas (2017): Wirkungen verstehen und feststellen. Arbeitspapier aus dem BMBF-Verbundprojekt TransImpact, Stand 18. Mai 2017, Frankfurt am Main/Berlin.
https://td-academy.org/sites/default/files/transimpact_arbeitspapier_2017.pdf

6.2.2 Konstruktiver Journalismus

- Perspective Daily
www.perspective-daily.de
Zum Beispiel https://perspective-daily.de/article/154/6Xwc7CBW?pk_campaign=Newsletter-2017-01-01-Subscriber
Artikel über Notstandsszenario
- www.republik.ch
Schweizer Version zu Perspective Daily, mit Abo lesbar. Weniger interaktiv, dafür sehr erzählerischer Schreibstil.
- De Correspondent
<https://decorrespondent.nl/>),
niederländisches Perspective Daily. Englische Seite geplant.

6.2.3 Sammlungen von konstruktiven, journalistischen Artikeln und von guten Neuigkeiten

- Deutsche Welle: „Global Ideas“. Reportagen aus der ganzen Welt, die von Umweltschutzbemühungen berichten.
<https://www.dw.com/de/themen/global-ideas/s-30494>
Ein Beispiel: Wie Kleinbauern in Brasilien eine ausgezehnte Landwirtschaft wiederbeleben: <https://www.dw.com/de/brasilien-wie-kleinbauern-eine-ausgezehnte-landwirtschaft-wiederbeleben/a-45843292>
- NDR Info Perspektiven: zeigen Missstände auf und präsentieren Lösungsansätze. Bspw. Reportagen über gelungene Integration, Zusammenschluss von Kindergärten und Seniorenheimen, etc.
<https://www.ndr.de/info/programm/NDR-Info-Perspektiven-Konstruktiver-Journalismus,ndrinfoperspektiven100.html>
- <http://impactjournalismday.com/> (Englisch)
- <https://goodimpact.org/>
Deutsch, auch Veröffentlichung eigener Artikel, dabei vor allem Berichte über inspirierende Projekte
- Das Enorm-Magazin
<https://enorm-magazin.de/>

6.2.4 Narrative Erzählformen

- Die Anstalt – ZDF mit Max Uthoff und Claus von Wagner. Politische Kabarettssendung, die aktuelle Themen behandelt und dabei häufig Storytelling verwendet.
Veröffentlicht zudem zu jeder Sendung einen Faktencheck.
Beispiel Klimawandel:
<https://www.zdf.de/comedy/die-anstalt/die-anstalt-vom-27-februar-2018-100.html>
- Doughnut Economics von Kate Raworth. In dem Buch wird erklärt, was mit den aktuellen, dominierenden Wirtschaftssystemen nicht stimmt (beispielsweise die Vernachlässigung von unbezahlter Arbeit und kostenlosen Ökosystemdienstleistungen)

in Wirtschaftsmodellen). In Kapitel 2 verwendet Raworth, indem sie wirtschaftliche Akteure mit den Rollen in einem Theaterstücken vergleicht, ein sehr erzählerisches Format, um ihre Botschaft zu übermitteln. Auch die Idee des Donuts, der sowohl planetare als auch soziale Grenzen aufzeigt, vermittelt sehr anschaulich ein nachhaltiges Wirtschaftskonzept.

- Blog der „Schöne, neue Welt“-Veranstaltung, organisiert vom Forum für Umwelt und Entwicklung. Auf dem Blog sind Zukunftsszenarien und Rückblicke aus der Zukunft auf heute veröffentlicht.
<https://www.snw2048.de/blog-1/>
- Dokutainment: Filmproduktion Thomas Weidenbach
https://programm.ard.de/TV/one/eco-crimes---verbrechen-gegen-die-natur/eid_287226690199612 und https://programm.ard.de/TV/one/eco-crimes---verbrechen-gegen-die-natur/eid_287226690199612 Eco-Crimes – Umweltverbrechen auf der Spur
- Das storytelling hat ein Hauptformat, z.B. Filmkrimi. Verpackt wird das durch sprachliche Begleitung im Hörfunk, durch Zeitungen von zivilgesellschaftlichen Organisationen und durch Verbreitungen im Netz (Blog, youtube, twitter). Ein besonderes Beispiel ist das Silbersalz-Festival von Daniele Jörg im WDR
<http://www.silbersalz-festival.com/de/node/215>

6.2.5 Internetseiten, die sich mit Umwelt-, Klima- und Nachhaltigkeitsthemen befassen. Teilweise auch Printmedien mit großem, kostenlosem Online-Angebot.

- <https://futzurzwei.org/>
zum Beispiel ein Artikel über die Lausitz und wie dort an einem post-fossiles Landleben gearbeitet wird: <https://futzurzwei.org/article/1003>
- <http://n21.press/>
Hier ein Beispiel für einen Artikel über Migration und Migrationspolitik:
<http://n21.press/umwelt-und-klimabedingte-migrationsdynamiken/> Neben Aussagen zu Fluchtursachen, aktuellen Fluchtzahlen etc. geht es auch darum, warum eine Aufnahme von Geflüchteten nicht nur ethisch richtig ist, sondern auch ansonsten die beste Lösung ist.
- Greenpeace-Magazin
Aktuelle Ausgabe: Verantwortung. Erzählt von diversem, gesellschaftlichem Engagement. Veranschaulicht und vergleicht CO₂-Einsparungen. Aufruf, dass auch eigenes Handeln wichtig ist.
<https://www.greenpeace-magazin.de/magazin/verantwortung-618>
- Kampagne ‚Keep it in the ground‘ des Guardians. Aufruf zum De-investieren in fossile Energieträger. Viele Artikel, die die Thematik aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet.
<https://www.theguardian.com/environment/series/keep-it-in-the-ground>
- <http://www.climatestorytellers.org/>
„a gathering place for good stories related to climate change and global warming“

- Agora 42 – Das philosophische Wirtschaftsmagazin. Thematische Ausgaben. Ziel: „Wir wollen Möglichkeiten, die vorhanden sind, aber nicht als solche wahrgenommen werden, thematisieren und damit ins Blickfeld rücken. Insofern bietet die agora42 in unübersichtlichen Zeiten den wichtigsten „Rohstoff“: Orientierung. Nur wer das Terrain kennt, auf dem er sich bewegt, kann die richtigen Entscheidungen treffen. Darüber hinaus zeigt agora42 neue Horizonte auf: In Zeiten, in denen immer wieder von Alternativlosigkeit und Komplexität die Rede ist, illustriert agora42, dass sich der Sinn und Zweck des Wirtschaftens neu bestimmen und sich das Wirtschaftssystem anders denken und gestalten lässt.“
Aktuelle Ausgabe ‚42‘ unterteilt in ‚Wo kommen wir her?‘, ‚Wo liegt das Problem?‘, ‚Warum schaffen wir es nicht?‘, ‚Was werden wir ändern?‘
- <https://www.fuereinebesserewelt.info/>
Diverse Artikel, Podcasts, Empfehlungen und Links zu anderen Seiten.

6.2.6 Lifestyle-Formate

Zeitschriften und Magazine, die mit ihren Transformationsvorstellungen vor allem auf der Individualebene ansetzen, also persönliches Verhalten ansprechen.

- <http://www.green.tv/>
Kommunikation über Produkte
- <https://utopia.de/>
Kommunikation über den Verkauf von Nachhaltigkeitsthemen
- Zeitschriften wie Landlust, Flow und Walden vermitteln ein Narrativ der Rückbesinnung auf das Landleben, die Natur oder generell Entschleunigung. Kann aber teilweise auch nur als Abkehr von der ‚Realität‘ gesehene werden oder als Werbemagazine, z.B. für Outdoorprodukte.
- <https://www.transform-magazin.de/>
Zeitschrift auf der Suche nach dem guten Leben. Sowohl Themen wie Aktivismus, was im Leben abseits von Konsum wichtig ist, aber auch Wachstum und rechter Naturschutz.
- <https://trenntmagazin.de/>
Ja, es geht auch um Mülltrennung. Aber nicht nur. Auch Artikel über die Pizza der Zukunft.
- Heldengeschichten (vor allem Interviews mit engagierten Menschen)
- Regelmäßige Interviews in Schrot&Korn

6.2.7 Gezielte Nutzung medialer Möglichkeiten zur Übermittlung von Botschaften

Nur bedingt im traditionell journalistischen Sinne und auch nur bedingt transformationsbezogen, aber ich habe gedacht, dass diese Formate eventuell als Inspiration oder potentielle Medienformate geeignet sein könnten. Bildliche Darstellungsweisen (z.B. Grafiken)

- ‚Barcode‘ von Ed Hawkin
<https://www.climate-lab-book.ac.uk/2018/warming-stripes/>
- ‚The Great Acceleration‘ vom International Geosphere-Biosphere Programme
<http://www.igbp.net/globalchange/greatacceleration.4.1b8ae20512db692f2a680001630.html>
- A timeline of Earth’s average temperature von Randall Munroe
<https://xkcd.com/1732/>
- United against refugee deaths
<http://unitedagainstreugeedeaths.eu/map/>
Karte, die anzeigt, wo und wie Flüchtlinge auf dem Weg nach Europa gestorben sind.
- Als Format für Narrationen gut geeignet:
<https://pageflow.io/de>
– interaktive Webseite zum Scrollen, dadurch chronologischer Charakter, einfache Einbindung von Videos und anderen Darstellungsformen.
- Hier ein Beispiel über das AKW in Biblis:
<http://vrm.pageflow.io/akw-biblis#94045>
- <https://www.gapminder.org/>
graphische Übersicht über Entwicklungen der letzten zweihundert Jahre weltweit zu Themen wie Lebenserwartungen. Grundaussage: es wird auch vieles besser.
- <https://www.kartevonmorgen.org/>
- <https://www.climatevisuals.org/>
Sammlung von Bildern, in denen es zwar um den Klimawandel geht, die aber den regionalen Einfluss zeigen und keine schmelzenden Gletscher
- Zentrum für politische Schönheit
- Datenjournalistische Erzählungen: Energy Transition (IKEM), CityVis- Wettbewerb: Visualisierung der Entwicklung in Städten (Story hinter der Grafik)

6.2.8 Verwendung von Videoblogs

- Zur Meinungsbildung: ‚Auf einen Kaffee mit Moritz Neumeier‘ – Einmal wöchentlich spricht Moritz Neumeier in ein paar Minuten über aktuelle, gesellschaftliche Themen wie Rassismus, Sexismus oder Klimawandel
Beispiel Hambacher Forst:
<https://www.youtube.com/watch?v=xJGXzDOnxNg>
- Zum Nachmachen: ‚Kliemannsland‘ – Hof bei Bremen, auf dem junge Leute leben, heimwerkern und über Youtube einen sehr gemeinschaftlichen Lebensstil zeigen.
Typisches Youtuber-Format (schnelle Schnitte, leicht übertrieben).
<https://www.youtube.com/channel/UCLKPfqBGqL4gaEvegb>If0Q>
- Zum Ideen verbreiten: TEDtalks – Vorträge, in denen Menschen innovative Ideen aus verschiedenen Gesellschaftsbereichen präsentieren
z.B. Johan Rockström (Planetary Boundaries), Kate Raworth (Doughnut Economic

6.3 Anlage 3 - Lernorte und Lernarrangements, in denen das kreative Erzählen geübt wird –

6.3.1 Workshops und Seminare für Kinder und Jugendliche

Youth4planet, Hamburg und online

- <https://youth4planet.com/>

Lernangebote im Kontext Narration

Youth4planet unterstützt Jugendorganisationen aus dem Bereich der Nachhaltigkeit dabei, ihren eigenen Storytelling-Prozess zu starten und Ideen für einen besseren Planeten zu finden. Die von den Jugendlichen entwickelten Filme und Kampagnen sollen sowohl Gleichaltrige als auch Menschen in leitenden Positionen erreichen.

Das eigene Narrativ zu BNE

Youth4planet orientiert sich für die Inhalte der Videos an den UN Sustainable Development Goals. Mit der Methodik des Storytellings sollen Geschichten erzählt werden, die immer auch Lösungen oder Lösungsansätze beinhalten. Die Organisation hält dazu an, von sich zu erzählen: „What matters to you matters to us“. In den Videos sollen junge Menschen immer von der eigenen Situation, einem Umweltproblem sowie einer Lösungsidee erzählen. Youth4planet setzt einen Schwerpunkt darauf, die Narrationen der jungen „creators“ an sogenannte „deciders“, also Menschen in führenden Positionen oder entscheidungstragende Ebenen weiterzugeben.

Lernziele

Junge Leute für Veränderungen stark machen und mit einfachem Storytelling ihre Wahrnehmung für Umweltthemen schärfen. Ebenso werden die Jugendlichen ermutigt, in Filmen und den sozialen Medien zu Umweltthemen Stellung zu beziehen.

Die Videos der jungen „Creators“ sollen mit ihren wertvollen und inspirierenden Lösungsansätzen Städten, Kommunen, Firmen, Institutionen etc. als Quelle zur Verfügung stellen. Das Ziel ist die Überwindung der Lücke zwischen „Creator“ und „Decider“. Der Prozess des Schritt für Schritt Filme machen setzt soziale Fähigkeiten und kreative Kräfte frei.

Lernkultur

Youth4planet betrachtet junge Menschen als Kommunikationsexperten, die gerne entdecken, neue Perspektiven einnehmen und Ideen über sie berührende Themen teilen. Die Organisation lädt sie dazu ein, der Welt zu zeigen, wie sie die Umwelt retten würden. Dafür werden Rahmen und Plattform bereitgestellt und die jungen Leute in den Prozess des kooperativen Filmemachens miteingebunden. Die Kompetenzen der jungen Menschen beim Recherchieren und Lösungen finden werden eingesetzt um kraftvolle Bilder einer nachhaltigen Zukunft zu schaffen. Jede teilnehmende Organisation und Person „lernt“, die Projekte werden aber auch in Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen wie Schulen oder Universitäten durchgeführt.

Methodiken

Als Methodik für das lokale Storytelling und die globale Kooperation werden Apps und online Tools benutzt. Zudem bietet die globale Kampagne „StoryForChange“ ein kontinuierliches

Storytelling und einen Aktionswettbewerb an bei dem Gamification Elemente benutzt werden um die besten Ideen zu finden.

Um ein Video beizutragen müssen die jungen Teilnehmer*innen sich lediglich registrieren und das Video hochladen.

Grad der Offenheit für Lernende

Youth4planet ist ein Angebot für junge Menschen. Es können Teams, Seminare, interessante Gruppen oder Organisationen teilnehmen, „everybody can join in“.

cliMATES – Climate Action Retreat, St. Gilgen, Österreich

- <http://climates.boku.ac.at/>

Lernangebote im Kontext Narration

Forschungsprojekt cliMATES, das das Climate Action Retreat (nur 2018?) veranstaltet. Ein Camp für junge Menschen, die lernen, wie man Themen rund um den Klimawandel in die Öffentlichkeit tragen kann und bei dem innovative Medienformate entwickelt werden.

Das eigene Narrativ zu BNE

von cliMATES: „Welche Rolle spielt das soziale Umfeld in Sachen Klimaschutz? Ist es möglich, dass jene sozialen Normens, die unsere Freundes- und Familienkreise prägen unser Klimaengagement dämpfen oder befeuern? Und welche Klimakommunikation braucht es um vermehrt auch soziale Gruppen und nicht nur Individuen medial anzusprechen?“

Lernziele

Wie kann man Themen rund um Klimawandel kreativ, spannend und motivierend in die Öffentlichkeit tragen. Gemeinsam – mit anderen jungen Menschen, Kommunikationsprofis und ForscherInnen – werden neue Formate und Werkzeuge gestaltet, die in der Folge professionell umgesetzt werden und als creative commons zur Verfügung gestellt werden.

Lernkultur

Good Practice-Beispiele bietet die Homepage, gute Klimakommunikation: Witzige Videos, Interaktive Spiele & Apps und gut erzählte Geschichten. Good practice dürfte auch die lernkulturelle Ausrichtung des Retreats sein.

Methodiken

Out-of-the-box-Methoden

Interaktion

Lernen von Profis (geladen aus der internationalen NGO-Szene, Unternehmen, WissenschaftlerInnen)

Grad der Offenheit für Lernende

An junge Menschen zwischen 18 und 29 gerichtet. Bewerbung durch ein kurzes Video oder eine Erzählung in 150 Worten.

KlimaKunstSchule, Bildungscent e.V.

- <https://klimakunstschule.bildungscent.de/>
- https://klimakunstschule.bildungscent.de/fileadmin/Klimakunstschule/Das_Buch_Download/KlimaKunstSchule-Buch.pdf

Lernangebote im Kontext Narration

Bundesweites „Interventionsprojekt“ für Schulen. Ausgewählte Künstler*innen entwickeln für KlimaKunstSchule neue, mutige künstlerische Zugänge und Inspirationsquellen zu Klimaschutz und Klimawandel. Die Schüler*innen sind Teil des Schaffungsprozesses und können dann eigene Klimaschutzprojekte entwickeln und umsetzen. Die Organisationen unterstützen die Schüler*innen bei der Umsetzung und dabei die Ergebnisse in die Öffentlichkeit zu tragen.

Vision

Die Kunst sät Ideen, die das Potenzial haben, sich in der Schule zu kleineren und größeren Projekten zu entwickeln; Ideen, die von den Schüler*innen und ihren Lehrer*innen gepflegt und groß gezogen werden.

Das eigene Narrativ zu BNE

„Klimaschutz ist eine Kunst.“ „Positive Zukunftsvisionen helfen Menschen dabei, aktiv zu werden und sich zu engagieren.“

Lernziele

„Unser Ziel war es, bestehende Bilder und Narrative des Klimawandels sichtbar zu machen und zu analysieren sowie neue Bilder und Visionen zu entwickeln. Bilder einer positiven Zukunft ermutigen zu Engagement und zur Bereitschaft der aktiven Mitgestaltung. Die Teilnehmenden lernten neue Ausdrucksformen, Methoden und Werkzeuge kennen, mit denen sie öffentlich für ihre Belange eintreten und hohe Aufmerksamkeit gewinnen konnten.“

Lernkultur

„Wenn Kunst Ideen sät, Ideen mit Zukunftspotential, wo könnten diese Ideen Wurzeln schlagen? Die Schule wäre ein guter Ort. Denn ein Ort, an dem Ideen gepflegt und groß gezogen werden, ist sicher eine gute Schule.“

Methodiken

„Rund 50 ausgewählte Künstler*innen entwickelten für KlimaKunstSchule sogenannte artistic seeds. Die Künstler*innen beziehen sich in ihrer künstlerischen Arbeit auf den Klimawandel. Dabei arbeiten sie mit unterschiedlichen Materialien, Techniken und Medien. Im Rahmen einer artistic seed hatten die Schüler*innen unmittelbar teil am künstlerischen Schaffensprozess, der ungewöhnliche und überraschende Sichtweisen entstehen ließ.“ „Im Anschluss an die artistic seed erhielten die Schüler*innen der über 200 teilnehmenden Schulen Zeit und Raum, eigene Klimaschutzprojekte zu entwickeln und umzusetzen. Das Team von KlimaKunstSchule begleitete sie dabei und unterstützte mit Projektmitteln in Höhe von bis zu 500 Euro. Die jungen Menschen spürten die Resonanz der breiten Öffentlichkeit, die sie mit ihren Projekten erreichten, und erfuhren die Wirksamkeit ihres eigenen Handelns für den Klimaschutz.“

Grad der Offenheit für Lernen

Für Schüler*innen, Lehrer*innen von Schulen in ganz Deutschland und Künstler*innen und weitere Teilnehmende. Workshops, Seminare und Weiterbildungen für Erwachsene

6.3.2 Workshops, Seminare und Weiterbildungen für Erwachsene

Das Umwelt Institut, u.a. Darmstadt

- <http://dasumweltinstitut.de/>

Lernangebote im Kontext Narration

Seminare zu den Themen Nature Writing, grüner Journalismus, Storytelling, räumliches Schreiben

Das eigene Narrativ zu BNE

Das Nature writing mit seinen Eigenschaften erachtet das Umwelt Institut „in Zeiten von Klimawandel, Anthropozän und überschrittenen planetaren Grenzen“ als nötig. „Kein Kontext ist letztlich so relevant wie der permanente Erdzusammenhang, in dem wir stehen. Sich diesem schreibend neu zu nähern, ist deshalb ebenfalls nicht nur relevant, sondern auch ein lustvolles, spannendes und mitunter befreiendes Unterfangen.“

Lernziele

Durch das Nature Writing wird die Natur „präzise, empathisch und subjektiv“ beschrieben und dadurch ganzheitlich und tiefgehend erfahrbar

Lernkultur

„Wir experimentieren, d.h. schreiben, lehren und lernen selbst gerade mit und in der journalistisch-literarischen Form des nature writing. Darunter verstehen wir einen Vierklang aus umwelt- und wissenschaftsjournalistischer Beschreibung, poetischer Naturanschauung, essayistischer Reflexion und Narration bzw. Erzählungen.“

Die Inhalte werden vom Umwelt Institut entweder in Sprach-Seminaren für verschiedene Teilnehmende oder akademisch an Hochschulen vermittelt.

Methodiken

Umweltjournalismus, Seminare, Hochschullehre

Grad der Offenheit für Lernende

Angebote an Hochschulen für Studierende; Seminare offen für jede*n, die Teilnahmegebühren liegen beispielsweise bei einem 2-Tägigen Seminar bei 250 Euro

CCCLab mit internationaler Sommeruniversität – Berlin/Mecklenburg-Vorpommern und Santiago de Chile.

- <https://ccclab.info/>

Lernangebote im Kontext Narration

Internationale Sommeruniversität Transmediales Storytelling – Kultur des Klimawandels: Zweimal im Jahr wird diese online-gestützte 5-monatige Weiterbildung (Blended Learning) mit einer je 14-tägigen Präsenzphase mit Workshops und Ateliers im Bereich der audiovisuellen Kommunikation und des Transmedia Storytelling angeboten. Im August findet die

Sommeruniversität auf dem Campus Karnitz in Deutschland statt, im Januar in Santiago de Chile.

Das eigene Narrativ zu BNE

Nachhaltige Entwicklung erfordert Vorstellungen vom Verhältnis Gesellschaft – Natur, die zukunftsorientiert sind, aber im gesellschaftlichen Alltag hier und jetzt zu praktischen Entscheidungen und wirkungsvollem Handeln motivieren. Kommunikation der nachhaltigen Entwicklung muss neue Ästhetiken mitgestalten, die sowohl wider den „Wissens- und Zukunftsatheismus“ (Sloterdijk) agieren als auch Grundlage der „großen Erzählungen“ über die nachhaltige Entwicklung sind. Diese Erzählungen kommen aus der Zukunft und beschreiben, was wir dafür heute zu beginnen haben, was wir dabei gewinnen und welche Transformationen wir bewältigen. Für das Verhältnis von Gesellschaft und Natur lässt sich durch Transmedia Storytelling ein Szenario für die Große Transformation entwerfen, das von den Akteur*innen selbst mitgestaltet wird. Partizipation, Kollaboration und Transparenz prägen die Konzepte, Entscheidungen und Handlungen hin auf eine nachhaltige Entwicklung.

Lernziele

„Ziel ist, Menschen, die sich beruflich mit der Kommunikation von Nachhaltigkeit und Klimathemen befassen, den Zugang zu Neuen Medien und innovativen Kommunikationsformaten zu eröffnen.“ Die Teilnehmenden sollen lernen, Transformationen im Verständnis nachhaltiger Entwicklung und Klimakultur zu deuten und zu verstehen. Szenarien für die große Transformation, die aus Kollaborationen heraus entstehen, entwerfen Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeit erzeugen, sich international für Nachhaltigkeit vernetzen, Gesellschaftlichen Wandel gestalten, Irritation erfahren, bewegende Medien entwickeln, neue Ästhetiken finden.

Lernkultur

„Das didaktische Design verknüpft Gestaltung (aus konstruktivistischer Sicht) und konnektivistisches Lernen und bezieht didaktische Ansätze der Bauhauspädagogik und der ästhetischen Bildung, der Heuristik und Community Art sowie der ökologischen Kommunikation ein. Lernen verstehen wir als einen vom Individuum selbstbestimmten, aktiven Prozess des sozialen Handelns, der beratend begleitet und teilweise moderiert wird.“

Methodiken

Erste E-Learning-Phase: „In Einzelreflexion, Gruppenarbeiten und Peer-to-peer-Diskussionen werden Aufgaben bearbeitet. Die Kommunikation verläuft über die Foren der Lernplattform, so dass sie für alle Teilnehmendentransparent und nachvollziehbar ist. Einzelne, kollaborativ erstellte Beiträge werden im Blog und in sozialen Netzwerken veröffentlicht.“ Erste Seminarwoche: Inputs zu Storytelling, Kultur des Klimawandels und anderen relevanten Themen. Szenarienarbeit zu Zukunftsentwürfen in Gruppen. Zweite Seminarwoche: Teilnahme an von Expert*innen geleiteten Werkstätten medialer und künstlerischer Formate (z.B.: Videospots, Radiobeiträge, Animation); Verarbeitung der Szenarien aus der ersten Seminarwoche. Zweite E-Learning-Phase: „Webbasierte, transmediale Verknüpfung der interaktiven medialen/künstlerischen Elemente mittels Lernsoftware und Bricolage-Technik.“

Grad der Offenheit für Lernende

Teilnehmer*innen benötigen ein abgeschlossenes Hochschulstudium im Bereich Medien, Publizistik, Kommunikation, Sozial-, Geistes- oder Umweltwissenschaften oder entsprechende nachweisbare Berufserfahrungen im Bereich Umwelt/Klima sowie Kommunikation. Der Teilnahmebeitrag beläuft sich für das gesamte Programm auf 500 Euro für Privatpersonen und 1000 Euro für Unternehmen; jährlich werden einige Stipendien vergeben.

Regenesis, Bay Area, Vancouver, Austin, Auckland

- <https://regenesishgroup.com>

Lernangebote im Kontext Narration

Regenerative Practitioner Series: „The Regenerative Practitioner is a distance-learning seminar series for practitioners who are interested in creating regenerative effects in the places that they live and work. The series is a three-month engagement, structured as a series of weekly online dialogue sessions culminating in a 3.5-day, in-person intensive gathering.“ „The Regenerative Practitioner series introduces the core concepts and frameworks that define the practice of regenerative development, a process and methodology for harmonizing human activities with the continuing evolution of life on our planet, even as we continue to develop our potential as humans.“Plus: follow-up continuing education program, Workshops and Lectures

Das eigene Narrativ zu BNE

„Regenerative development is a process by which cities, towns, and other human communities bring themselves back into life-giving alignment with the ecological systems that support them. As a practice, it seeks to create a built environment and human systems that are capable of co-evolving with nature.“

„As a starting place, regenerative development begins with the premise that all human activities have the potential to feed new life, health and wealth into the myriad ecological and social systems that they touch. The key to doing so is to understand the unique socio-ecological context that a project or initiative aims to impact, rather than applying generic, one-size-fits-all thinking to our work. In this way, regenerative development re-centers a place’s unique ecological identity as the foundational enabler of the health and future prosperity of our human communities.“

Lernziele

„to take a deep dive into learning how regenerative development unfolds at the project and community level, as well as an introduction to the inner capabilities required for the practice.“ „support practitioners in organizing local communities of regenerative practice based in their own places and/or bioregions“

Lernkultur

„In all of our projects, we begin by developing a Story of Place: a research-based understanding of how a place works and what it strives to contribute to the world. The process that we bring to this work derives its power from our ability to discern the ecological patterns—the stories of geology and hydrology, flora and fauna—that gave rise to the cultural patterns that those that live in the place know deeply, live with daily, and joke about with each other. In scientific data, historical records, ancient legends, regional arts, and kitchen-table conversations, Regenesis finds those patterns that reveal the timeless essence of a place and its whole living community.

When a place's essence is articulated clearly and concretely, it becomes possible to design, develop, and plan for the future at an entirely new level.“

Methodiken

Grad der Offenheit für Lernende

Locals from Bay Area, Vancouver, Austin, and Auckland can participate. „In each of the cohorts of The Regenerative Practitioner series we reserve space for a small number of non-local participants who can help to cross-pollinate and seed future communities of practice in other cities.“

Climate Outreach (Klimakommunikationsorganisation), Oxford

- <https://climateoutreach.org/>

Lernangebote im Kontext Narration

Global Narratives Project: ein Workshop, der über das Begreifen eigener Werte zu gemeinsamen Narrativen und einem Verständnis von Klima-Verantwortlichkeiten führen soll.

Das eigene Narrativ zu BNE

“In our decade as leaders in climate change communication we've seen it all: the photographs of sad polar bears, the complicated graphs, the science speak, the doom and gloom omens of the apocalypse, and the wailed laments of “won't somebody please think of the future of the planet?!”. Our rigorous research has shown us that these messages simply aren't effective for the majority of people. Worse than that, they can be disempowering. These stories make many people turn away, because climate change is seen as a niche concern, a complex scientific problem, an issue for the future only, and something that makes us fearful. Climate change demands a response across society, from people of all ages, faiths, nationalities and sides of the political spectrum. That's why our mission is to engage people with climate change from their perspective – not ours.” <https://climateoutreach.org/purpose/>

Lernziele

“Our purpose is to ensure that climate change and its impacts are understood, accepted and acted upon across the breadth of society.”

Lernkultur

Climate Outreach betont, mit seinen Angeboten vor allem auch Zielgruppen anzusprechen, die der Umweltdebatte normalerweise fernstehen (bspw. Mitte-Rechts-Gruppierungen, MigrantInnen, religiöse Gruppen, Jugendliche). Workshops sollen Verständnisprozesse bei den Teilnehmenden anregen. WorkshopleiterInnen eher mit moderierender Funktion.

Methodiken

In dem Workshop ‚Global Narratives Project‘ lädt Climate Outreach dazu ein, Klimawandelbotschaften und –narrative zu entwickeln und zu testen. Zuerst sprechen die Teilnehmenden über (gemeinsame) Werte (z.B. Mitte-Rechts Gruppierungen sind sich einig, dass intergenerative Pflichten bestehen. InderInnen können sich darauf einigen, dass eine Stärke Indiens in der Vielfalt liegt.). Auf Grundlage dessen besprechen die Teilnehmenden verschiedene Narrative bezüglich ihrer Überzeugungs-/Durchsetzungskraft.

Grad der Offenheit für Lernende

Zumeist an Regierungen, Unternehmen, NGOs gewendet mit dem Angebot in Klima-Kommunikations-Angelegenheiten zu unterstützen. Das Global Narratives Project arbeitet mit lokalen Organisationen zusammen, die dann Teilnehmende aussuchen. Insofern weder akademisch, aber auch nicht offen für alle

Leuphana Universität Lüneburg, Professional School, Lüneburg

- <https://www.leuphana.de/professional-school/berufsbegleitende-weiterbildung/seminare/marketing-branding.html#c542926>

Lernangebote im Kontext Narration

Berufsbegleitende Weiterbildungen: Seminar Nachhaltigkeitskommunikation und Berichterstattung (am Centre for Sustainability Management angegliedert): Webinare und ganztägige Workshoptage (Ausführung unten bezieht sich auf dieses Seminar) [Zertifikat Nachhaltigkeit und Journalismus, Leuphana Universität Lüneburg (derzeit eingestellt, es wird über eine Reaktivierung nachgedacht): alle Aspekte der medialen Darstellung grüner Themen].

Das eigene Narrativ zu BNE

Dass das Seminar am Zentrum für Nachhaltigkeitsmanagement angesiedelt ist, rückt vor allem die Kommunikation im Unternehmenskontext in den Mittelpunkt: CSR-Kommunikation, Reporting/Berichterstattung von Nachhaltigkeit und die Rolle von Nachhaltigkeitsberichterstattung im Nachhaltigkeitsmanagement stehen im Fokus. Erzählungen werden dadurch fokussiert gewählt, im Hinblick auf die verschiedenen Stakeholder des Unternehmens.

Lernziele

„Ein tieferes Verständnis der besonderen Anforderungen, Möglichkeiten und Hintergründe einer zeitgemäßen Kommunikation und Berichterstattung mit Nachhaltigkeitsfokus entwickeln.“ „Der Workshop konzentriert sich auf zentrale Themen des Nachhaltigkeitsreportings und deren Umsetzung in Unternehmensstrukturen.“

Lernkultur

Akademisch, fokussiert auf die disziplinäre Gruppe von (Nachhaltigkeits-)Managern und Unternehmenesmitarbeitern oder Selbstständigen der Umweltkommunikation.

Methodiken

Seminare, Workshops, Praxisbeispiele, Aufbau eines Netzwerkes zur Weiterentwicklung des Themas.

Grad der Offenheit für Lernende

Kostenpflichtige Weiterbildung für Mitarbeiter aus Nachhaltigkeitsabteilungen von Unternehmen und Organisationen, Nachhaltigkeitsmanager- und berater, Mitarbeiter in der CSR-Kommunikation.

**Arbeitsgruppe SuCo2 (Sustainable Consumption & Sustainability Communication),
Leuphana Universität Lüneburg, Institut für Umweltkommunikation, Lüneburg**

- <https://www.leuphana.de/institute/infu/arbeitsgruppe-konsum-kommunikation-suco2.html>

Lernangebote im Kontext Narration

Lehrveranstaltungen, die an das Projekt „Storytelling in der Nachhaltigkeitskommunikation“ angebunden sind, haben bisher an der Leuphana Universität Lüneburg sowie an der Hochschule Darmstadt stattgefunden. In der einen Lehrveranstaltung war die Auseinandersetzung mit der Qualitativen Inhaltsanalyse zentral, die bei der Systematisierung und Analyse von Praxisbeispielen der Nachhaltigkeitskommunikation angewendet wurde. In der zweiten Lehrveranstaltung ging es darum, journalistische Berichte aus Lokalzeitungen in narrative journalistische Texte umzuschreiben.

Das eigene Narrativ zu BNE

Das Projekt beabsichtigt, Charakteristika und Typiken narrativer Formen der Nachhaltigkeitskommunikation zu systematisieren und dessen Wirkung bei jungen Erwachsenen zu erforschen. Die Analyse unterschiedlicher Rezeptionsmuster in dieser Gruppe beabsichtigt auch, das Interesse an den unterschiedlichen Narrativen zu beschreiben.

Lernziele

Ziel ist es, herauszufinden wie Themen der nachhaltigen Entwicklung spannender und passender an junge Erwachsene kommuniziert werden können. Einbezogen werden sollen sowohl jene, die dem Thema eher affin, als auch jene, die dem Thema eher reserviert gegenüberstehen.

Lernkultur

Methodiken

In den Lehrveranstaltungen wurde mit dem Ansatz des Forschenden Lernens gearbeitet. Die Studierenden haben eigene Fragestellung entwickelt, diese erarbeitet und abschließend reflektiert. Die Ergebnisse aus den Lehrveranstaltungen sind maßgeblich in das Forschungsprojekt eingeflossen.

Grad der Offenheit für Lernende

Für Studierende

Grüner Journalismus, gemeinnütziges Medienforum

- <https://gruener-journalismus.de/>

Lernangebote im Kontext Narration

Bietet Dossiers zu verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen an (etwa Grundverständnis, Klima, Energie, Mobilität). Best-Practice-Beispiele zum Storytelling. Beobachtung und Förderung von allem, was zum Thema Nachhaltigkeit im Journalismus stattfindet und geschrieben wird

Das eigene Narrativ zu BNE

„Was Journalismus darüber hinaus immer braucht, sind Haltungen – oder anders gesprochen: Wertmaßstäbe zu den großen Fragen einer aufgeklärten Gesellschaft, die einem langen Selbstverständigungsprozess entsprungen sind. Dazu gehören Leitbilder wie Völkerverständigung, die Gleichstellung der Geschlechter, der Schutz sozialer und ethnischer Minderheiten und auch die Generationengerechtigkeit bzw. die nachhaltige Entwicklung. Sie ist eine journalistische Haltung, für die wir eintreten, jenseits einer konkreten Antwort, wie sie im Einzelnen umzusetzen ist. Nachhaltigkeit ist obendrein ein, wenn nicht das, relevante Zukunftsthema, dessen Spielarten in der öffentlichen Debatte aber teilweise untergehen. Oder noch gar nicht bekannt sind. Relevanz abbilden, alte Diskurse nach offenen Lücken abtasten und neue Themen setzen – das sind Kernaufgaben des Journalismus. Nachhaltige Entwicklung fordert diese genuin ein. Daher engagiert sich das unabhängige und gemeinnützige Medienforum „Grüner Journalismus“ dafür, sie zu thematisieren und zu fördern.“

Lernziele

Die Seite möchte Bewusstsein schaffen für die Notwendigkeit, das Konzept der Nachhaltigkeit in alle journalistischen Themenfelder einfließen zu lassen.

Lernkultur

Lernen erfolgt durch das Lesen und Entdecken der Webseite und weiterführender Links.

Methodiken

Anbieten von Dossiers und Recherchehilfen. Außerdem dient die Seite als Plattform für Studierende der Hochschule Darmstadt zur Veröffentlichung eigener Beiträge.

Grad der Offenheit für Lernende

Webseite frei zugänglich: gruener-journalismus.de Kontaktdaten: Torsten Schäfer/
torsten.schaefer@h-da.de / +49 6071 829291